

La caída de los Medios

La última supermediación, la predecible declinación
y el camino de una ética improbable

de Néstor Contissa

"La mitad de las cosas que salen en los diarios no pasan, y la mitad de las cosas que pasan no salen en los diarios."

Quino

"La última fase del arte es la falsificación".

Charles de Sainte-Beuve

"Es necesario dejar de escribir una historia sobre las ideas y de la vida intelectual separada de la historia de las técnicas y en particular de las técnicas de comunicación."

Régis Debray

Dedicado a todos los que a partir de esta publicación me consideren su enemigo.

Y dedicado a los medios de comunicación masivos, desde el cine, el afiche y el libro, hasta los novísimos sistemas telemáticos, pasando imprescindiblemente por la radio y la televisión, porque ellos son la razón de mis razones y, junto a las aulas y mi escritorio, los lugares que amo, los lugares de mi trabajo.

Y menos impersonal, a Mónica, Luciana y Mauro.

Una conclusión que parece mucho más drástica de lo que en realidad es.

Carta Intención

Estamos acostumbrados a considerar la sociedad desde sus supermediadores históricos anteriores.

Los cánones de la política y aún los de los valores de la moral religiosa subyacen a toda evaluación que intentamos. Lo mismo sucede con nuestras peregrinaciones constantes a los altares de la metodología y el conocimiento científico.

No creo que sea malo, sí escaso. Nos estamos olvidando del supermediador actual: los mass media.

Este trabajo está orientado a abrir la puerta de una nueva instancia sobre la discusión del rol de los medios.

Reitera lo dicho en otro: la entronización de los medios en el sitio más alto de la mediación social.

Anuncia su caída de ese sitio y explicita pormenorizadamente las razones de esa caída.

Reclama la improbable pero imprescindible constitución de una nueva ética que nazca de la situación que remodele el rol de los medios tras esa caída.

Solicita a los actores sociales, especialmente a los intelectuales, científicos, artistas, que abandonen esa postura de ignorancia deliberada hacia los medios y que se integren a la reconstitución de su sentido social partiendo de un esfuerzo por conocer su funcionamiento habida cuenta que, hoy día, medios y sociedad son una amalgama inseparable.

Finalmente establece un puente de relación entre la pura mediología y una teoría de lo social como un procedimiento de reinterpretación mutua que haga más claro el funcionamiento de la sociedad mediática que es la sociedad en la que vivimos y la plataforma desde la que nos lanzaremos a la que viene.

Introducción

Lo más difícil para mí no ha sido en este trabajo redundar en mi declaración de que los mass media se han convertido en el único

supermediador social viable, posible de la sociedad contemporánea, haciéndolo sin intervención de ningún juicio de valor. Lo más difícil ha sido preanunciar la declinación de ese reinado con este tiempo de anticipación, un tiempo difícil para los medios, tiempo en el que se atisba ya la agonía de una posición.

No he discutido esto más allá de los amigos, pero presiento que tal anuncio no será bien recibido en los lugares más centrales del sistema mediático. Será una lastimera pérdida de tiempo, porque los motores de esa declinación son mucho más propios de toda la cultura contemporánea que de la naturaleza misma de los medios, y un reconocimiento asumido del rol que la sociedad mediática del nuevo milenio le depara a los medios bien podría ser un adelanto en la construcción de un tipo de mediación más integralmente ético.

Todo ocurre, en principio, porque el poder probó los medios y los medios el poder.

Una adicción mutua sin cura pronta acelera los tiempos y catapulta a los media desde el protagonismo relativo al absoluto y desde allí a ocupar su nicho contiguo al de los otros mediadores históricos centrales del tiempo de la modernidad. Un sitio entonces sin relieve especial, sin preeminencia, sin trono, como el de la religión, la política y la ciencia.

El hombre que no puede creerlo todo, que no puede hacerlo todo, y que no puede saberlo todo ahora advierte que tampoco puede comunicarlo todo, y que lo que comunica, se le comunica y se intercomunica, reconstruye la realidad, la amplía y la allana, es decir la revierte, la vuelve reversible.

Volviendo a la principal dificultad, lo más arduo para mí es el presentir que algunas de las ideas centrales planteadas aquí serán utilizadas, fragmentariamente expuestas, por algunos interesados en desasirse del abrazo cada vez más poderoso de los medios. Pero de esta última responsabilidad me desentiendo porque será miserable el resultado de esa utilización.

El poder solo puede lo que puede, y esa potencia sufre la misma regulación de descrédito que el resto de los agentes sociales bajo el ojo impassible del desinterés posmoderno.

Bariloche, mayo de 1998

Una vez homogeneizada la superficie actora de la mediación no habrá contraste ni preeminencia: la realidad mediada y mediable, asequible sólo a través de la multiplicidad de medios dará por tierra con cualquier ilusión hegemónica. Muerta la diferencia y la oposición, el proceso terminará agotándose a sí mismo.

Lo que importa aquí es si equivoco o no el rumbo de las descripciones. Honestamente cada vez me convengo más de esta prospectiva. Los datos cotidianos refrendan la tendencia: Los medios masivos de comunicación llegarán al cenit del Unicato mediador y caerán. No al vacío, por cierto. Caerán de su actual sitio para ocupar un lugar diría más específico, y por tal más eficiente a su condición.

He escogido la idea de caída deliberadamente. La tentación de la figura del ocaso, del desmerecimiento o de la pérdida de la vitalidad se me ocurre exagerada e injusta. Sí hago referencia a una agonía, estoy hablando de la agonía de una posición, de una situación diferenciada.

Los medios caerán de su sitio de privilegio, como he dicho y diré a lo largo de estas páginas, para ocupar otro lugar que será, además, una construcción social.

Pero en principio caerán menos por razones internas, por debilidades propias, que por modificaciones sufridas en el seno de la sociedad en su conjunto.

Las razones de esta caída están centradas en varios grupos de factores más o menos organizados, y de los que nos ocuparemos en extenso más adelante, pero de la que daremos aquí los enunciados.

Primero, las nuevas tecnologías amplían la cultura de la interactividad, la descentralización y el unísono de la producción informativa, esto opera en favor de una contrastación permanente de las fuentes, por otra parte las redes homogeneizan el sentimiento de uniformidad de interés.

Segundo, los medios de producción centralizada, aumentan el reemplazo de la realidad por los cada vez más menguados espacios de la ficción y agudizan la simulación en un único proceso. Representación y simbolización obligan a una producción permanente de la realidad y de superrealidad. Esto es advertido cada vez con más nitidez por las audiencias y el conjunto social. Las cámaras ocultas serán cada vez menos creíbles y los reality denunciados como trucos de producción, como ficciones circenses que irán perdiendo interés. Una advertencia preliminar respecto de este punto se centra en la disolución de la frontera que separa lo público de lo privado, asunto en el que nos adentraremos de la mano de diversos autores. Esto no es una predicción sino mejor una advertencia: los indicios son numerosos y su propagación inevitable. Nuevos medios, en tanto, generan un nuevo orden.

Tercero: el proceso de interactividad creciente permeará y transparentará igualando las posiciones de emisor-receptor / receptor-emisor, secuencia que precipitará además el carácter excluyente de la mediación mediática.

Cuarto: una vez homogeneizada la superficie actora de la mediación no habrá contraste ni preeminencia: la realidad mediada y mediable, asequible sólo a través de la multiplicidad de medios dará por tierra con cualquier ilusión hegemónica. Muerta la diferencia y la oposición el proceso terminará agotándose a sí mismo.

Una otra cuestión, y en la que deberemos abundar más adelante, está articulada sobre la nueva percepción que la sociedad tiene de los medios. Hasta en casos como el de las apreciaciones de Pierre Bourdieu, la impresión era que la televisión (tomada por caso) constituía un medio de alta concentración de las posibilidades de manipulación. Hoy, mucho más que el tipo de medio, la naturaleza de la emisión es la que plantea los términos de mayor y menor manipulación de las mayorías.

Si la TV es, desde el punto de vista de su audiencia, uno de los medios de mayor magnitud, la multiplicación de señales acota los criterios expuestos por Bourdieu a los programas de la cultura informativa periodística. Con una inversión proporcional, la construcción de la verdad se advierte más nítidamente en las emisiones referidas a asuntos no "reality", en tanto que la verosimilitud de la ficción aporta muy mucho a la construcción de la cultura.

En sentido contrario, las modulaciones de la producción informativa de la televisión atentaría severamente como ya intentara probar el mismo Bourdieu tanto contra la veracidad de la información cuanto contra la existencia misma de la democracia.

Tengo la impresión de que, independientemente de que la orientación del planteo es interpretable, omite la relación de los medios con el poder.

Y digo aquí poder en su carácter dimensional, considerado como una posición estratégica que atraviesa el conjunto social y a través del cual se "cuela" la acción sibilina de los medios.

Ni qué hablar de preguntas demasiado determinadas por la mirada occidental como por ejemplo "democracia" y "poder", para poner por casos. Pero lo importante es que tal proyección nos introduce en el tema, pone en su real dimensión operativa a los medios respecto de la sociedad y plantea la cuestión desde una perspectiva sociológica imprescindible para abarcar la totalidad del asunto.

Y superando (aún cuando asintiendo) respecto de los innumerables lugares comunes a los que Bourdieu nos somete y, al mismo tiempo, su desatención sobre los resultados de la elaboración teórica semiótica de muchos años, es evidente que su trabajo tiene el tino de poner el tema en la escena correcta, ya que si el asunto de que se trata es la relación de medios y sociedad, irreductible a cualquiera de sus polos, hablar sobre los medios implica hablar fuera y dentro de los medios.

Por otra parte, el autor de Sobre la televisión (1), nos ha puesto en evidencia en cuanto a ciertas costumbres entrópicas. Su maqueta de Campo Periodístico, que nos remite tanto a la Física como a Lewin, evita que de la

misma manera que reducimos el término sociedad mediática a los medios, reduzcamos los medios a la actividad mediática periodística, una tentación no por absurda infrecuente.

Esto se logra si aceptamos el papel central no excluyente de los medios en la sociedad y el papel central no excluyente del periodismo en los medios. Este doble juego orbital(medios-sociedad; periodismo-medios) nos libra de las tentaciones típicas, la de convertir el análisis en una sociología de los medios, en una pura mediología o en un mero capítulo de la sociología.

Finalmente, y cerrando en el terreno de la apertura (es decir de la relación de los medios con el poder), la cuestión de arranque es determinar con alguna precisión el estado del conflicto, si algo queda de él, suscitado entre los intereses de los media como tales y su condición de empresas dentro del sistema.

Partiendo de nuestra convicción de que los mass media son los últimos supermediadores en pie de la sociedad que por tal razón llamamos mediática, se nos aparecen como los espejos más eficientes en reflejar los perfiles de una actividad central en la cultura de la posmodernidad.

Esto lo descubro puesto que se me planteaba originalmente la necesidad de determinar en un campo la problemática periodística, y su incidencia en el proceso de cambio que se daba en el hiato de medios y sociedad.

Había que intentar una caracterización actualizada de la problemática periodística como una introducción al terreno de la actividad profesional para quienes intentan el ingreso al mundo de los medios y, curiosamente, descubrimos una teoría de lo social asomando tras cada fragmento del análisis.

Decenas de miles de jóvenes se incorporan de año en año a la aspiración de convertirse en periodistas, comunicadores, habitantes de los sets, los estudios y las redacciones de publicaciones gráficas, radio y televisión.

Lo que había planteado como problemática del periodismo, con su carga imprescindible de la vieja escolástica periodística y su bagaje de imágenes de otro tiempo, no alcanzaban a cubrir el propósito de situarnos en el tiempo del protagonismo absoluto de los mass media en el proceso de la mediación social.

Aún con los aggiornamenti aportados por el pasaje a las nuevas tecnologías y su influencia en la producción y distribución de mensajes, las noticias que componían esta descripción eran, paradójicamente, noticias viejas.

Hablar del rol del periodista en un tiempo de tanta diversificación de actividades en el seno de los medios era, cuanto menos, un propósito inviable. ¿A quién referirse, en quién fijar la síntesis de la imagen del profesional periodístico? ¿En donde establecer la perspectiva y el punto de proyección del paradigma? ¿Sería el trabajador de prensa de las redacciones, el investigador periodístico, el notero de espectáculos, el comentarista deportivo, la superestrella de los sets, el columnista con firma, el cronista policial, el aguafuertista, el presentador de noticias de las pantallas de las siete de la tarde, el editor alternativo, el conductor del programa de una radio comunitaria, los productores independientes, los periodistas de librería, los profesores de las universidades... ?.

Por otra parte, si elegimos de entre las ofertas de este abanico, ¿qué nos preguntaremos después?. Si es el trabajador de prensa el modelo elegido, ¿cuáles serán los asuntos a asaltar en la próxima acometida? ¿Los asuntos gremiales, las relaciones del trabajador con la empresa? ¿Cuánto hay de diferente entre estas relaciones y cualquiera de las relaciones existentes entre empresa y trabajadores no periodísticos? Y finalmente: ¿cuánto aportará el establecimiento de estas diferencias en la delineación de la problemática periodística en el seno de la sociedad mediática?.

Sin ánimo de menoscabar la mística de la corporación que se alimenta de una imagen universalizada en lo conceptual pero nunca realizada del "periodista", nos pareció más viable y revelador encarar a otra entidad capaz de encerrar una más clara identidad protagónica de lo que estamos intentando caracterizar. Si algún estadio puede darnos datos sobre la problemática del periodismo y de los periodistas este es el del supermediador mediador contemporáneo: los mass media.

Así fue que tropezamos con la primera evidencia.

Partiendo de nuestra convicción de que los mass media son los supermediadores de la sociedad mediática, se nos aparecen como los espejos más eficientes en el reflejar los perfiles de una actividad central en la cultura de la posmodernidad.

Sus aspectaciones darán un informe mucho más rico respecto de la descriptiva a la que apuntamos.

Los medios son entidades actuantes en una realidad presente con rasgos diferenciales de los que podían apreciarse hace sólo veinte años atrás.

Con apenas asomarnos a lo que ya hemos expuesto en nuestro trabajo *La Dictadura del Sí Mismo*, podrá comprenderse la dimensión de ese cambio. Mucho más si se ingresa decididamente al campo de las descripciones contemporáneas de autores como Gilles Lipovetsky, Jean Baudrillard, Jean Francois Lyotard, Jaques Derrida, entre otros. Pero tampoco se nos escapa la visión si apelamos a clásicos como el propio Ortega o, los trabajos más contemporáneos de cultores de las posturas críticas como Marcuse, Fromm o el propio Adorno. Y también avanzamos de la mano de los nuevos cultores del pensamiento crítico como Fredric

Jameson o Slavoj Zizek. Hago esta mención en búsqueda de denominadores comunes teóricos desde los cuales parte nuestra mirada, independientemente de los diversos cursos adoptados por cada uno de estos pensamientos.

Nos parece en cualquier caso que hoy, reiteramos, más que nunca una visión de los medios y su problemática no puede evadir el análisis mediológico pero jamás resumirse a él. Porque, a fin de cuentas, ¿cuánto ha explicado la llamada mediología respecto de los procesos de producción de sentido?, y en segundo lugar el ghetto periodístico y aún mediático vive en apariencia pendiente del "público", es decir del afuera, del conjunto social, pero en realidad sus formas de producción son recurrentes, pendulando entre las exigencias supuestas de individualización del consumo y los efectivos requerimientos de estandarización que tiene su propio sistema de producción.

Aquí nos interesa advertir cuantas cosas son hoy los mass media, subentidades organizadas en relación de jerarquías e influencias cruzadas que intervienen de diferente manera en la construcción del fenómeno que analizamos: la problemática periodística, la problemática del periodismo, la problemática de los periodistas, pero también como agentes protagónicos en una estructura societaria muy diferenciada: la sociedad mediática.

El acercamiento a la problemática de los medios demanda una referencia a sus aspectos internos, y en este sentido los estudios sobre producción dan un panorama estructural del interior de los medios y explican además los valores en juego al momento del decreto de noticiabilidad de los hechos.

Sin embargo, quedarse en el terreno del análisis mediológico desde la calle de esta perspectiva puede ser reduccionismo desde el punto de vista metodológico y empobrecimiento del análisis desde el punto de vista del objeto investigado. A pesar de las resistencias que observaciones extramedios, o de carácter sociológico como el caso de Bourdieu que resultan molestas e irritantes en el seno de los propios medios, nos parece imprescindible, dado el carácter introductorio que tiene este trabajo, hacer pie también en ellos.

En igual sentido, será bueno rescatar conceptualizaciones básicas sobre sociedad, sociedad de masas, cultura de masas y comunicación de masas, de trabajos varios como los de Mac Quail, Moragas Spa, Le Fleur, introduciéndonos paralelamente en posiciones altamente innovadoras (en cada tiempo) como las de Ortega, Marcuse y Fromm, de manera de aportar materia de análisis suficiente en el encadenamiento conceptual que existe entre sociedad / medios de comunicación / producción mediática.

Todas estas "inclusiones" serán directamente incorporadas o citadas según los casos y, si bien demasiado esquematizadas, servirán para delimitar con mayor claridad el terreno social en el que pretendemos movernos. Como ejemplo digamos que una comprensión de las diferencias dadas en el pasaje de la sociedad tradicional a la industrial y de ésta a la postindustrial y de ésta a la mediática es indispensable para interpretar la

variación del rol mediador de los medios en cada uno de estos estadios, y constituyen el soporte indispensable para aceptar nuestra propia definición de sociedad mediática.

La definición del poder contemporáneo recae en el acento de los medios ya no como participante de una clasificación ordinal (aura de poder en cuarto orden respecto de otros tres que sólo son uno: el Poder), sino como interactuante protagónico y sibilino del conjunto de todas las manifestaciones del poder.

Cómo establecer los abordajes fue el camino que estableció primer diseño intentado en este trabajo. Nos quedamos con cinco ejes sobre los cuales desplegar el estudio.

Qué son los medios es una pregunta a la que se rehuye con sospechosa habitualidad.

Pareciera que la respuesta a esa pregunta caerá como consecuencia de toda la tarea de investigación mediológica, es decir una respuesta que nos espera al final del camino.

Prefiero esbozar una primera respuesta de carácter instrumental y avanzar sobre ella.

En primer lugar planteo la pregunta en estos términos: ¿qué son socialmente los medios?

Los mass media son, en una primera aproximación, organizaciones mediáticas y como tales mediadores sociales.

Determinar con alguna precisión su relación con cada uno de los otros mediadores y con todo el sistema de la mediación es una primera manera de abordar la problemática. La determinación del carácter del mediador, además, resulta elocuente a la hora de mensurar y caracterizar el tipo de conflictividad sobre la que actúa. Pues, por otra parte, ante tan escasa ausencia de los medios de cualquier acto humano, tratar la problemática periodística como un capítulo de la problemática total de este tiempo es menguar sus posibilidades. En cualquier caso hay numerosos trabajos sobre esta cuestión.

Los medios son, en segundo lugar, también empresas, su relación de empresas con las otras empresas y con el sistema económico de la posmodernidad (aceptada aquí y sólo aquí como etapa del capitalismo tardío) en general es una otra manera de ensayar nuestra aproximación.

Aquí enanca también el asunto por cierto que no menor de la relación de los medios con el poder, pero preferimos tomar este punto por separado de la pura condición de los medios como integrantes del sistema económico.

Los media también, en tercer término, son difusores y productores de cultura. Advertimos su posicionamiento en el plexo cultural de este tiempo en ese rol, su protagonismo en el terreno. Anticipamos que, a la par de concebir a los media como el único supermediador social eficiente en pie,

nos parece atinente profetizar un rol exclusivo de los medios en la consolidación de las subculturas en su búsqueda de ascenso al sistema.

También aquí caben otras profecías asumidas como tales, ya que referirnos a una prospectiva trazada sobre fenómenos tan complejos invita a jugar aquí todo el escaso recato y la prudencia que demanda un trabajo como el presente.

En cuarto orden: la definición del poder contemporáneo recae en el acento de los medios ya no como participante de una clasificación ordinal (aura de poder en cuarto orden respecto de otros tres que sólo son uno, el Poder), sino como interactuante protagónico y sibilino del conjunto de las manifestaciones del poder.

También aquí los medios se presentan a la observación con datos relevantes para aportar a la comprensión de la problemática de la comunicación mediática como componente básico de la sociedad contemporánea, porque tanto ésta como todas las anteriores arremetidas laterales serían artificio si no nos aventuráramos a una lectura integral sobre los escenarios humanos actuales, campo de resolución de su existencia en la sociedad mediática.

Finalmente, el quinto eje acometido es el referido a la dinámica de la mediación protagónica y la presencia de la omnired telemática, las que aceleran la caída de los nuevos ídolos y empujan a la constitución de un régimen de mediación diferente acomodado a una relación de conflictividad también diferente.

Ahora bien: si los mass media retienen su cetro de portento, su condición de supermediador excluyente, su naturaleza actora de culturas, su eficiencia en la supervivencia económica, cuál será su regulador deontológico.

La ética empresaria (la más flaca de las éticas por cierto) apunta a soportar todo el peso de esta esquizofrenia teleológica en un reduccionismo trágico y abre la interrogante más aterradora sobre las posibilidades de una ética más amplia, más generosa, más a propósito del privilegiado y tambaleante sitial en que la sociedad ha colocado a los medios para no quitarle los ojos de encima.

Como estas otras muchas instituciones de la modernidad: justicia, religiosidad, ciencia y política, los medios se irán retirando desde su centralidad original al ángulo que la sociedad le ha reservado en el gigantesco display de la oferta del horizonte electivo.

La apariencia de estertor de los dogmas en todos los lugares en que se los ve no los excluye sin embargo de la existencia.

Los dogmas no han muerto. Aunque nadie ya les presta mayor atención que a las miles de pantallas intermitentes de la percepción

humana, las doxas perviven con su historicidad de museo, con su simbología, sus abyecciones rituales y su inelasticidad. Sólo que modeladas a la miniatura de manera que no ocupen otro lugar que el de la oportunidad que quiera darle el que las manipule.

Los pudores formales de cualquier índole, como ejemplo que es sólo un indicio, no requieren del sistema de orden y centralidad de ninguna de esas doxas. Los pudores están allí flotando en torno a su universo ocasional.

Sin esa contextualización forzada y rigorista esos pudores bien pueden aletear en la boca de quien quiera. Digo con esto que sin esos controles externos y sin el vademécum oficial y universal de pudores: las putas van al cielo. Y esta justicia nada tiene que ver con la hipocresía, la indiferenciación o el rasamiento de los "valores". En los rincones más oscuros de los lupanares, la fidelidad y la nobleza brillan con su legítimo derecho a ser, y esta duplicidad no es paradójica ni contrasentido, ni contradicción, ni contraposición. En tanto, la justicia hiede de injusticia y privilegio cuando al crecimiento y la expansión del Derecho se explaya su inoperancia y su complicidad. La política, en igual sentido, abandona la politicidad y nadie llora sobre esos cadáveres.

No es la falta de un orden, no es la caída del viejo orden sino la clonación de los órdenes posibles la llave de la comprensión de este fenómeno.

Como estas otras muchas instituciones de la modernidad, justicia, religiosidad, ciencia y política, se irán retirando desde su centralidad original al ángulo que la sociedad le ha reservado en el gigantesco display de la oferta del horizonte electivo. Aún aquellas que intervenían decididamente como mediadores eficientes en las relaciones humanas. Sea como embrague, paradigma, referente, dirimidor, interventor, directriz, cada uno de estos institutos tuvo su tiempo, un tiempo hoy agotado.

Pero ciertamente no han muerto, sino que han resignado sólo su protagonismo o, como intentaremos demostrar, han abandonado su rol mediador central en favor del único supermediador eficiente de la sociedad contemporánea: los mass media, para, en el mejor de los casos, ser mediados por ellos en su relativa actividad de mediación.

La política, la religión y aún el conocimiento gozan de una salud exenta de malos augurios. Pero ni los partidos ni las iglesias ni las universidades recuperan el rango de oráculo que obtuvieran en su esplendor. (2)

La politicidad, la religiosidad y la racionalidad se reciclan en sus versiones modulares, a la vista y sin exclusiones. Algunos fanatismos resurgentes en minoritarios rincones de Europa, el orientalismo panteísta redivivo en infinidad de sectas, los planes dietéticos, la fe en Gaia, el ecologismo, la informática, el desarrollo tecnológico, el indigenismo no sólo americano sino planetario, el bien supremo de los sistemas de distribución de bienes, los grupos de autoayuda, y las organizaciones no

gubernamentales, condensan en sus superficies algunas de las múltiples manifestaciones de esa modulación. Pero también Iglesias, Partidos Políticos y Universidades conviven sin sentimiento de promiscuidad en el variopinto sistema de la cultura contemporánea.

Cierto y atinente parece el mencionar que la religiosidad, como la ciencia y aún algún germinal de la política parecen mejorar con el abandono de su centralidad. Hay una desobligación que destaca el compromiso. Religiosos, científicos y politólogos se nos muestran hoy con una pureza que rara vez podía reconocerse en los tiempos de sus respectivos apogeos. Quizá, cuando el mass caiga de su sitio, purifique su sentido mediador en el sentido de una ética hoy improbable.

Doy por ejemplo la formación de ciertas religiosidades periféricas formadas como consecuencia de una cierta centralidad de un tipo de pensamiento. Cuando un discurso se afianza socialmente produce una versión superficial pero poderosa de sí mismo. El precio de su hegemonía se paga con esa moneda.

El discurso revolucionario dejó como secuela una suerte de religiosidad cientista diseminada sobre toda la sociedad. Si bien (y por suerte) el pensamiento marxiano y crítico siguieron su evolución, el período de centralidad respecto de los otros discursos saldó con el florecimiento de esa versión descafeinada culturalmente instalada.

Caso similar ocurre con el ecologismo. Una visión salvífica del planeta ha surgido como consecuencia del alerta lanzado hace cuarenta años sobre los riesgos ambientales que la acción del hombre desencadenaba inexorablemente. Desde aquel primer planteo científicamente demostrado hasta la fe en GAIA hubo un proceso por el cual una cultura conservacionista de loft se afianzaba en la conciencia colectiva.

Por supuesto que el pensamiento fundado con el ecologismo tuvo su propia evolución, demostrada en que los asuntos de la supervivencia humana están hoy, nuevamente, construyendo la recompreensión de los folklóricos y rituales salvatajes de especies.

Dicho de otra manera, parece que tanto los grandes mediadores como los discursos que prosperan a su sombra, una vez producida su declinación alcanzan cierta perfección o, como resultado de su desdogmatización, continúan el camino de su evolución.

Es exactamente este destino el que prevemos para el actual supermediador. La caída de su cetro implica una readecuación de su rol, sólo que tal readecuación no será el resultado de una modificación interna sino el de una apropiación social de ese rol.

Si como digo en otro lado el sentido de la solidaridad en esta etapa del capitalismo tardío es un rediseño de la crueldad, el nuevo rol mediador de los medios será rediseño social y no mediático. Se apresta la conquista del conquistado: la sociedad invadida por el poder medidor de los medios

asimila a su conquistador y ya, vuelta en sociedad mediática, afina los roles de su dominador dominado. Así será el día después.

Estar es aparecer.

La superficie de la realidad es la de la pantalla. La ocurrencia es siempre y sólo su representación. Lo que no entra en el sistema está fuera de la conciencia global colectiva y, en tanto dato perdido, fuera del " mundo ". Allí el medio masivo impera, al menos momentáneamente.

Pero qué pasa hoy. Sobre ese sistema farragosamente descrito, el medio de comunicación de masas ha multiplicado su poder en el vector de la multiplicación de las posibilidades tecnológicas.

La comunicación como factótum de las evidencias hasta el límite mismo de la obscenidad, como puntualizara Baudrillard, se convierte en el fenómeno de toda identidad.

Comunicar es más que ser, no sólo lo supone sino que lo posibilita. No se es sin ser conocido. Estar es aparecer. La superficie de la realidad es la de la pantalla. La ocurrencia es siempre y sólo su representación. Lo que no entra en el sistema está fuera de la conciencia global colectiva y, en tanto dato perdido, fuera del " mundo ". Allí el medio masivo impera, al menos momentáneamente.

Su idealidad lo ha preservado de la declinación de los otros grandes mediadores. Su omnipresencia y su superrealidad le han otorgado condición de inefabilidad. Los medios son la interhumanidad y la nexión básica del ambiente humano.

Cuando se advierten las degradaciones de algunas instituciones fundamentales se ignora insólitamente que esa degradación es hoy protagónica porque es representada a través de los medios. El padecimiento de una justicia prostituida al punto de ser hoy sólo su formalidad no es nuevo en esta parte del planeta. Lo que sucede es que hoy el rostro encendido o perturbado de algún juez sorprendido, aparece en la pantalla de la televisión, el diario menea su nombre, la radio amplía nuevos detalles en los lugares de los hechos. El título decide la abstracción relevante y expone la miserabilidad que a pocos sorprende y a la mayoría entretiene entre lamentaciones y desencanto que recuerdan los lugares comunes de los velorios.

Porque la noticia, sea cual fuere, trasciende su contenido informativo y se vuelca en el terreno ritual del encuentro del receptor con el supermediador.

En este encuentro no sólo se explica la delegación por intolerancia al caos simbólico que, según Langer, es el rasgo esencial de la cultura, sino también la imposibilidad de elaborar una mediología pura o una simple sociología de los medios sin caer en la trampa de sintetizar todo en una teoría de los efectos sociales sobre los medios.

Manuel Martín Serrano ha formulado una excelente diferenciación entre los dos mundos en que se organiza la visión de la realidad a nivel narrativo por los medios de comunicación de masas. El mundo sociopolítico y el de la cotidianidad. Serrano nos dice:

"El relato del acontecer sociopolítico está constituido, en la casi totalidad de los casos, según la estructura narrativa de la gesta. Este diseño no es el mismo que se encuentra en los relatos referidos a acontecimientos del mundo cotidiano, donde predomina, con frecuencia equivalente, el modelo narrativo de la parábola. Estas diferencias estructurales se explican porque, en cada ocasión, el Mediador maneja tensiones sociales de distinta naturaleza:

a) El problema recurrente del que se ocupa el relato sociopolítico es la fragilidad de las instituciones humanas. Esa vulnerabilidad compromete la permanencia de los modos de organización social. El objetivo mediador de la comunicación sociopolítica es que la acción social se canalice y se regule a través de las organizaciones institucionales.

La tensión entre orden institucional y cambio histórico fue siempre asunto de la gesta. Por eso he propuesto que se considere a todos los relatos de gesta, incluyendo entre ellos a las narraciones sociopolíticas, como productos mediadores entre la división social y la acción social. Dicho uso explica que la principal función social que se le puede encontrar a la narración sociopolítica sea contribuir, a legitimar las instituciones mediadoras. Esta interpretación se basa en la comprobación de que el funcionamiento de las instituciones mediadoras es, precisamente, el principal tema del que se ocupan los MCM en los relatos sociopolíticos.

b) En el relato del acontecer cotidiano la cuestión que se reitera es la debilidad de la naturaleza humana, que contradice la preservación del orden moral. El objetivo mediador de la comunicación sobre la cotidianidad es modelar los impulsos y los deseos para que se acomoden a las normas éticas.

La parábola, desde sus orígenes preliterarios, se ocupaba ya de este conflicto entre los instintos naturales y las normas sociales. Los relatos que se refieren a la cotidianidad también medían entre las necesidades de los sujetos particulares y las constricciones sociales. Por eso cabe interpretar que su principal función social consiste en asegurar, la permanencia de las representaciones sociales consolidadas. Para llegar a dicha conclusión he tenido en cuenta que en los relatos sobre la cotidianidad, a las normas evocadas para ajustar los deseos, se les atribuye el reconocimiento del que goza toda representación consolidada. (...)

Las diferencias existentes entre los niveles mediados requieren de estrategias mediadoras distintas para describir la imagen de cada uno de esos mundos. Las respectivas imágenes se

producen y reproducen mediante el recurso a estructuras narrativas muy distintas.

Las próximas líneas aclaran los usos comunicativos a los que se destinan cada uno de estos relatos.

El uso mediador de los relatos de gesta en la narración sociopolítica.

La narración sociopolítica tiene que recurrir a la eficacia integradora del ritual para conseguir una visión consensuada de la acción social.

Se trata de lograr que los sujetos sociales, trascendiendo los lazos primarios, apliquen sus energías y canalicen sus intereses por los cauces de las relaciones institucionalizadas. La mediación en el campo sociopolítico aparece como un esfuerzo penoso y permanente por rehacer a Leviatán, misión que siempre se le ha confiado a la comunicación institucional.

La gesta sociopolítica se utiliza en los MCM sobre todo para introducir, a través de la narración, un modelo para la práctica de la lectura o de la teleaudiencia. Lo importante, desde el punto de vista de las funciones mediadoras, es que el lector o el televidente asista a la comunicación cada día, a través del medio compartido, en el lugar y la hora establecidos. Y que se realice el ceremonial de la lectura o de la audiencia con los gestos correctos: grave-despreocupado; distante-atento. Para que los celebrantes participen del rito comunicativo lo que el oficiante dice en su narración no es tan importante como el modo en el que lo dice. Ni lo que el oyente o vidente entiende es tan trascendente como el modo en el que oye o mira. Por eso tiene tanta relevancia en el relato sociopolítico el actor a quien compete que el ceremonial expresivo esté bien dicho o bien hecho: Es decir, el profesional que confiere a cada noticia su espacio o su tiempo, su maquetado o su ritmo correctos.

Tales ceremoniales narrativos ya vienen marcados por las características que diferencian el tratamiento expresivo de cada programa o sección (artículo de fondo, crónica, noticias internacionales, etc.). Esta intervención mediadora que supedita «el contenido» a «la forma» no pretende otra cosa que proporcionar confortación, es decir, el sentimiento de fusión con la comunidad que experimenta cada lector u oyente por su participación en los actos del rito.

La mayoría de los receptores, que son miembros de sociedades muy complejas, ya no pueden sentirse corresponsables por el logro ni por la frustración de unos personajes que actúan en el opaco mundo de la política; un ámbito que afecta a todo ciudadano, pero que incluye a pocos. En consecuencia, los personajes políticos no aparecen en los relatos de los MCM para que

el receptor se proyecte en ellos, ya que sistemáticamente se les caracteriza como seres distantes.

El fracaso o el triunfo de los personajes políticos sirven por igual para marcar la permanencia y la primacía de las instituciones a las que representan. Es consustancial con la narración del quehacer político la reiteración equilibrada de triunfos y de fracasos. De hecho, lo propio de toda gesta es su carácter no conclusivo, o el carácter provisional que tiene el desenlace, que hace posible el renacimiento ritual de Leviatán y la eficaz participación del Receptor en la celebración. Por eso la narración suele estar abierta.

Así, el relato sociopolítico se ocupa principalmente de las crisis que afectan a las organizaciones. De cada cabeza que se le corte al dragón de la crisis política del momento, le nacen otras dos. El Héroe de hoy y quien mañana tomará su relevo es seguro que tendrán que volver a cabalgar en los aparatos institucionales para regresar a la boca de la cueva de la historia, abocados a enfrentarse nuevamente con el chorro de fuego de la desorganización social.

El uso mediador de los relatos de parábola en la narración de la cotidianidad.

El principal objetivo de la narración sobre la cotidianidad es orientar la interacción hacia la satisfacción de metas socialmente aceptables. Por eso la narración de la cotidianidad tiene que apoyarse en el mito, para lograr una representación compartida del comportamiento privado. Adoptan la forma de la parábola y ponen el énfasis en el contenido mítico de la narración, porque la eficacia mediadora consiste en influir directamente sobre las creencias y no sobre las interacciones.

Es la variedad del relato en la que está más patente su función de ejemplo.

Se comprende que el mediador no precise estimular a las interacciones allí donde predominan las relaciones primarias (afectivas, amorosas, amistosas, vecinales, entre otras). En estos relatos de la cotidianidad esas modalidades de relación se evalúan positivamente y además se exigen para que cada miembro del grupo se ocupe en conservarlo. Pero pueden presentarse como un exceso, que se desanima y desvaloriza cuando las interacciones cargadas de afectividad se anudan y reanudan entre los miembros del grupo más de lo estrictamente necesario.

En la descripción del mundo cotidiano, las interacciones con los más próximos aparecen sutilmente instrumentadas. Están destinadas a satisfacer objetivos socialmente necesarios (producir,

reproducir, consumir, entre otros). Si el sujeto, en la prosecución de estos objetivos, además logra placer, contento, realización y felicidad, será algo que recibe por añadidura. El relato de la cotidianidad es una parábola precisamente porque concibe la interacción primaria al servicio de necesidades que trascienden al sujeto y a sus próximos.

En la parábola de los MCM la eficacia mediadora no está confiada ni a la competencia de quien relata ni a la manera en la que se relata, sino que se funda en la fidelidad de lo que se relata a un modelo mítico. El mediador cuida de que no se altere la conexión que se desea establecer entre las situaciones, los comportamientos y sus consecuencias para los sujetos. Una vez preservada esa visión normativa de la acción social, la narración puede ser larga o corta y tan libre como guste el narrador. Por eso los relatos de la cotidianidad no suelen subrayar el papel que juega el relator; pero en cambio, con frecuencia, existe mención de quienes pueden controlar, de una u otra forma, las desviaciones en las conductas: desde la Divinidad al Agente del orden, pasando por el Padre, el Maestro o el Amo.

Por su naturaleza de ejemplo, la parábola de la cotidianidad habitualmente es un relato cerrado en el que cada trama concluye con su desenlace. La conclusión implica inequívocamente una sanción social. El triunfo o el fracaso, el premio o el castigo, vienen a ilustrar las consecuencias de las acciones y de las pasiones. "

Me extiendo deliberadamente en la descripción de Serrano principalmente por su tino en diferenciar los "mundos" de la realidad como abstracciones en el abordaje del relato. Pero advierto que esta descripción ha sufrido notables cambios.

Por cierto que el proceso de licuación de los contenidos públicos y privados, han reducido los dos tipos de relato (de Gesta y Parábola) a efectos puramente instrumentales.

La disolución de la frontera que separa lo público de lo privado, lejos de producir nuevas categorías de clasificación de los asuntos humanos, ha extendido "caso por caso" toda la problemática en un gigantesco display opcional sin categorías absolutas sin relaciones jerárquicas ni ninguna otra forma de organización relacional de sus partes.

En un "cambalache" sin reclamo moral, el travestismo y la fe en GAIA, la corrupción política y la disputa entre inquilino y propietario en un rincón de Villa Fiorito, mezclan su metáfora de escombros con los verdaderos escombros de Kosovo.

Al diluirse la frontera que separan lo público de lo privado, también cae el cortinado teórico que divide los dos mundos descriptos por Serrano. La función principal del relato de Gesta de los medios,

especialmente con el protagonismo periodístico en los MCM, fue la de autoconsolidarse como protagonista mediador social.

Pero en este punto lo que pretendo es fijar precisiones sobre el carácter del rol mediador de los media, y de la redefinición de la mediación ante la caída relativa de los mediadores de la modernidad.

En este sentido quiero anticipar que creo que ha variado el concepto de mediación en cuanto que función, para convertirse, esencialmente en una posición.

Este cambio de naturaleza en la mediación es el resultado de la acción política de los medios sobre el conjunto del poder. Pero digo provisionalmente que, siguiendo a Serrano, la función social de los MCM en el mundo de la cotidianidad es la de asegurar las representaciones sociales consolidadas. Este principio le ha dado a los media la base de su nueva propia autoridad para incursionar en otras tareas de consolidación.

Al diluirse la frontera que separan lo público de lo privado, también cae el cortinado teórico que divide los dos mundos descriptos por Serrano. La función principal del relato de Gesta de los medios, especialmente con el protagonismo periodístico en los MCM, fue la de autoconsolidarse como protagonista mediador social.

La tarea fue operada sobre los dos mundos, demostrando primero la operatividad de los medios sobre el sociopolítico elevando el rango de importancia relativa de los noticieros y del periodismo dentro del esquema general de los medios, una relevancia sustentada en la eficiencia de la intervención mediadora de la prensa (históricamente consagrada a la prensa escrita) a partir de conceptos como los de seriedad / velocidad, verdad / rapidez de resolución, objetividad / independencia.

No quiero obviar la influencia que la expansión política y la democratización a nivel planetario a aportado al fenómeno, pero quiero ser claro que el resultado es muy otro que el de la simple recuperación de los espacios de expresión de la Opinión Pública, cuando, entre otras cosas, las nuevas relaciones de las corporaciones mediáticas con las económicas y con el poder en general plantean un escenario muy distinto al que se le reservaba a los media durante la llamada guerra fría.

Por su parte, los medios ya habían establecido su entronización en la vida privada de las personas instaurados como objetos domésticos y herramientas de la cultura y, paralelamente, vía el entretenimiento, la apelación a las emociones y la ergonomía, se afianzan como objeto determinante de la subjetividad de los receptores. Dicho de otro modo, mientras el relato parabólico afianzaba la intimidad de medio y receptor, la herramienta del relato de gesta introducía en la audiencia el valor político de los medios en la disputa con el poder.

Es necesario señalar como evidencia de la indeterminación relativa de los dos mundos como los medios han introducido la modelación parabólica

como nueva manera instrumental del relato gesta. Fabricación, explicitación gráfica, dibujos, teatralizaciones, representaciones, son formas diarias utilizadas por las producciones mediáticas para introducir temas que otrora se presentaban por la vía documental pura.

Que el medio nos "cuenta" cómo pasó, implica un permiso otorgado por las audiencias para que el medio "halla" la forma en que producirá el relato. Este gesto de "confianza" se apoya en la relación ritual de audiencia y medios fundada en lo apuntado por Serrano respecto de la importancia que el "encuentro" entre audiencia y medio tiene por encima de los contenidos comunicativos vertidos en ese encuentro.

Quiero subrayar esta última aclaración para que no se me advierta en creencia de una posición pasiva de las audiencias, o peor, que a partir de ese supuesto se olvide poner en discusión (o en análisis) la cuestión de fondo. Lo haré un poco más adelante apelando a una crítica al trabajo de J. Corner sobre la problemática del conocimiento público en las nuevas audiencias.

Pero si los medios iban, poco a poco, incorporándose en un nivel más protagónico a la escena sociopolítica, la otra pata de su poder se asentaba en el terreno económico, ámbito gobernado por las leyes del mercado global.

Los medios son empresas, verdad de Perogrullo, dado que los medios son porque son empresas. En esta microrealidad se haya encerrada la clave de la creciente declinación de los noticieros de TV en el último tiempo. (1998/9.

Se caen los Talk Shows, abordan los horarios de la "novela de la tarde", instaurados en la apreciación lejos de la faz "noticiosa". La empresa tolera que las producciones de los reality se hayan desmerecido desde el punto de vista de su verosimilitud. Se mantienen gracias a su artificiosidad escénica y al interés relativo que el estado público de lo que ya no es privado genera en el grueso de las audiencias.

Los noticieros de TV no tienen esa suerte. Exigidos cada vez más por las comparaciones relativas de los programas que "midan 30" (es decir de los que superan los 30 puntos de rating), fueron mudando parte de su contenido para amoldarse mejor al paladar genérico de las audiencias. El esfuerzo sólo alcanzó para durar un poco más. Sobre el final del 98, en la Argentina, los noticieros de TV fueron arrasados por los requerimientos de rating. Los ambiciosos proyectos de canales de 24 horas de noticias, relegados a una opción de cable, tuvieron que generarse al estilo de dudoso contenido periodístico pendulando entre el amarillismo clásico y o una agenda de misceláneas de actualidad forzada y centrada en la suposición del interés de las audiencias.

Lo cierto es que las estructuras económicas de los noticieros de TV se convirtieron en poco rentables dentro del esquema general de la empresa mediática. Caros y con pocas probabilidades de medir lo necesario, los espacios informativos fueron decantando en horarios menos competitivos.

Como resultado de la tendencia en el interior de las producciones noticiosas se acumulan asuntos del rubro "actualidad" que van desde los horóscopos hasta las recomendaciones para evitar la caída del cabello. Los programas políticos ingresan temas de novedosa condición pública al terreno de las discusiones mediáticas. Así temas de las relaciones íntimas de los "famosos" se totemizan y se presentan como oportunidad para discutir asuntos tales como el matrimonio, la economía de la familia, el liderazgo en la pareja, etc. Programas de revista semanal elaboran "documentos" con discutible técnica narrativa y cuestionables técnicas de "investigación" en los que la emprenden con preconceptos históricos, mitos urbanos, enigmas de la historia contemporánea o temas del mundo de la farándula o los vestidores de la política.

Ficción y realidad se amalgaman desde la reproducción mediática y desde la alquimia permanente a que se someten elementos de la realidad mezclados con la realidad representada y batidos con las representaciones que se construyen a través de unidades extraídas de la realidad. La confusión es tal que, del variopinto cocktail salen productos cuya clasificación es imposible e impensable. Este tipo de programas sale del formato semanal y se comienzan a ubicar en el diario, casi como un "noticiero", con lo que el carácter de lo informativo también diluye paulatinamente sus perfiles. Pronto, o quizá ya mismo, a la hora de esta lectura, personajes del mundo de la farándula serán tema político o politizado, tanto como periodistas del análisis político harán sus columnas habituales u ocasionales en el magazine de la tarde.

Terreno fangoso el del pantano mediático contemporáneo.

Podrá decirse que el fenómeno es coyuntural, lo que no puede predecirse con certeza es la duración de la coyuntura. Tengo para nosotros que la cuestión se relaciona con la manera en que los medios disciplinan su funcionamiento. Es decir, el manual interno de las empresas mediáticas las guía como empresas y genera una definición ética.

Pero esta situación particular de un género dentro de la actividad mediadora de los media no debe hacernos caer en la creencia de que sea el factor que demuestra lo vecino que se encuentra la declinación de ese poder. Los factores que operan esta declinación son otros.

La situación por la que atraviesan momentáneamente los noticieros de TV, y aún los programas periodísticos en general, son sólo un acomodamiento interno de las empresas mediáticas que, lejos de debilitar su poder, fortalecen su poder económico. Para mejor decir, adecuan su poder al conjunto del poder desde su protagonismo en el interior del poder económico.

Las empresas mediáticas están atravesando por una situación bastante particular, dado que las productoras de programas se encuentran mucho más beneficiadas desde el punto de vista económico que los propios medios.

Medios en crisis y productoras prósperas, ese es el esquema de relaciones. Las direcciones de los media han cuestionado severamente la "carga" económica que ha significado en los últimos cinco años de la década final del siglo mantener las estructuras periodísticas e informativas de los medios. Sin dudas, el sostenimiento de esas estructuras económicamente no rentables dentro de los media se debieron, y aún se deben, a la necesaria relación del poder de los medios con el poder en general.

El poder, o mejor siguiendo a Serrano, las Instituciones del poder, necesitan de los media para "conseguir una visión consensuada de la acción social", y para dar la continuidad del funcionamiento institucional a través de la consagración de la idea de que " el fracaso o el triunfo de los personajes políticos sirven por igual para marcar la permanencia y la primacía de las instituciones que representan".

Los escenarios mediáticos son los altares del ritual necesario en donde se desenvuelve el relato de gesta, es allí en donde " De cada cabeza que se le corte al dragón de la crisis política del momento, le nacen otras dos".

De la misma manera la aparente debilidad y labilidad de la situación interna de los medios en términos económicos no son más que instancias variables en el ejercicio de esa protagónica participación del sistema económico global.

La Sociedad mediática, como he dicho en otra parte, es sí una sociedad de masas, una sociedad en la que los medios son el escenario del acontecer humano, pero mucho más una sociedad en la que las relaciones humanas se encuentran mediadas por un inefable mediador social: los mass media.

El otro ámbito, el de la cotidianidad, como dijimos, define el ambiente de relación entre medios y audiencias, un establecimiento indisoluble y mucho más estable de lo que los propios medios suelen creer.

Sobre la incidencia global de los medios sobre las estructuras humanas, resulta interesante un comentario realizado por Iñaki Domínguez, fundado en investigaciones de Mauro Wolf, Silverstone y Hirsch, Bryant y Zillmann y que rescatamos en forma fragmentaria a los efectos de ampliar la observación:

"En la literatura sobre la comunicación de masas existe una considerable colección de trabajos relativos a los efectos sociales, es decir, dedicados al estudio de la posible influencia que ejercen sobre los actores sociales los mensajes transmitidos desde los medios de comunicación de masas. De hecho, los estudios sobre los efectos sociales de los media constituyen uno de los campos más tradicionales de la investigación comunicológica, habiéndose establecido una cierta doctrina en la que resulta un lugar común distinguir varios tipos diferentes de estudios: a) los modelos de efectos inmediatos o psicodinámicos, centrados en la incidencia de la comunicación de masas sobre los individuos; b) los modelos de efectos limitados, que asumen la existencia de mecanismos de

mediación social que intervienen en la recepción de los mensajes; y c) los modelos de efectos indirectos a medio y largo plazo, que estudian la forma en que los medios afectan a la cultura, al conjunto de los conocimientos, y a las normas y valores de la sociedad. (...) El libro editado por Silverstone y Hirsch, analiza la cuestión de los efectos de la nueva comunicación a partir de la significación que las tecnologías de la información y la comunicación (desde la televisión al ordenador) han adquirido en el espacio doméstico. Estas tecnologías, nos dicen, se han convertido en una componente central de la familia y de la cultura del hogar familiar, hasta el punto de que de ellas - de los significados que ellas generan y difunden - dependen nuestras relaciones sociales, tanto dentro como fuera de casa.

La primera cuestión reseñable de este texto reside, precisamente, en esta identificación de la unidad de análisis: el hogar. Porque, si bien los primeros modelos de efectos trataban del individuo, y los modelos de efectos a largo plazo o modelos de normas culturales se refieren a agregados sociales amplios o al conjunto de la sociedad (su sistema de valores y normas, etc.), el análisis propuesto por Silverstone y Hirsch se centra en el hogar, en la familia entendida como unidad de consumo (household).

Y sobre esta unidad, los sucesivos trabajos incluidos en el volumen proponen una diversidad de perspectivas, que van desde el análisis de los procesos de apropiación de las tecnologías de la información y de la comunicación en la esfera familiar y la implicación de los medios en la construcción del tiempo y el espacio domésticos a la función de las tecnologías de la información y de la comunicación en el continuum público / privado de los integrantes del hogar.

Los autores señalan la existencia de varias fases en el sistema transaccional relativo a estas tecnologías de la información y de la comunicación. Un conjunto de etapas que suponen tanto la apropiación que de un objeto, tecnología o mensaje hacen las familias, como su objetivación en el entorno espacial de la casa, la función que se les otorga tras la apropiación o su utilización en las relaciones que la familia establece con el mundo exterior (p.ej. la antena parabólica en el exterior del hogar, que expresa simbólicamente su capacidad pecuniaria).

No nos encontramos ante un análisis de la influencia que las tecnologías suponen para los procesos informativos o comunicativos (como en el caso de McLuhan), sino ante un planteamiento teóricamente cercano a las propuestas de Simmel o Veblen, en las que "lo nuevo" se muestra como el objeto de la emulación social, germen de la moda y el consumo, mecanismo mediante el que se reflejan las distintas posiciones que los actores sociales ocupan en la estratificación social.

Las tecnologías de la información y de la comunicación suponen así un instrumento básico en la delimitación de nuestras relaciones

sociales. Y lo son en un doble sentido: por la diferente capacidad de apropiación e incorporación de las innovaciones tecnológicas que poseen los distintos grupos sociales y por su importancia en la configuración de los espacios y los tiempos de los actores sociales (como sabiamente supieron ver las comunidades amish en relación al teléfono, y queda recogido en este volumen).

El libro de Bryant y Zillmann supone una aportación mucho más tradicional y muestra un generoso panorama (casi setecientas páginas) de las más recientes tendencias de investigación en el ámbito de los efectos. En el volumen podemos encontrar estudios de carácter global sobre la influencia de las noticias en la percepción del mundo (McCombs), los procesos de aculturación derivados de la preeminencia de la televisión en los usos mediáticos de los individuos (Gerbner), o la evolución de las capacidades cognitivas, es decir, de pensamiento y acción de esos mismos actores sociales (Bandura). Y junto a ellos encontramos investigaciones y estados de la cuestión en ámbitos tan concretos como la influencia -intencional o no- de los media en las campañas políticas o en los procesos de comunicación política en general, el fenómeno de la violencia o el sexo en los media sobre distintos colectivos sociales, las campañas informativas, etc."

Tengo aquí que efectuar el prometido subrayado al reconocimiento del carácter activo de las audiencias y, como dije, lo haré de la mano de David Morley. Aclaro este punto porque a lo largo de la historia del desarrollo teórico de la comunicación el punto ha sido una promesa de horizonte eterno.

" Ciertamente parece que, en los últimos años, las cosas han cambiado en el campo de los estudios sobre los medios. Como todos sabemos, en los malos viejos tiempos las audiencias de la televisión eran consideradas consumidoras pasivas; para ellas, las cosas ocurrían como los milagrosos poderes de la televisión hacían que ocurrieran. A capricho, esas personas (siempre distintas) se volvían zombies, horadadas por la ideología burguesa o colmadas de deseos consumistas. Felizmente - así prosigue el cuento - , se comprobó después que esa caracterización era inexacta porque en realidad esas personas estaban allí, frente a la pantalla, activas de los modos más diversos: hacían lecturas críticas o de oposición de las formas culturales dominantes, percibían los mensajes ideológicos de manera selectiva o subversiva, etc.

Al parecer, entonces, no hay de qué preocuparse, la audiencia consumidora pasiva pertenece al pasado. Como lo señala Evans, los trabajos recientes sobre las audiencias de los medios pueden definirse como estudios basados en dos supuestos: 1) que la audiencia es siempre activa (en un sentido no trivial), y 2) que el contenido de los medios es «polisémico», o abierto a diferentes interpretaciones. El asunto es saber qué se entiende exactamente por estos dos supuestos y cuales son sus consecuencias teóricas y empíricas. (...)

En un ensayo sobre los problemas de la «nueva investigación de la audiencia», Corner averigua algunas cuestiones clave en los debates actuales sobre el «aspecto activo» de la audiencia mediática. Sostiene que, en los últimos años, en este prolífico campo que es el estudio «del lado de la demanda», el tema del poder mediático como cuestión política ha tendido a desaparecer de la agenda de investigación. Para el análisis de Corner, esta nueva investigación aparece en gran medida como «una forma de quietismo sociológico (...) atiende cada vez más a los microprocesos de las relaciones del espectador con la pantalla y deja de lado (...) la preocupación por las macroestructuras de los medios y la sociedad».

Por mi parte, si bien estoy de acuerdo con muchos aspectos de la argumentación de Corner, considero que esta particular formulación es discutible porque plantea mal la relación entre lo macro y lo micro y supone que el primer término implica lo «real».

El análisis de Corner no reconoce, entre otras cosas, la articulación de las diversiones macro / micro, real / trivial, público / privado, masculino / femenino, que de una u otra manera ha sido el asunto de gran parte de los trabajos que él critica. Y lo que es más importante, Corner parece invocar una noción de lo macro que se conceptualiza más atendido a estructuras ya dadas que a la «estructuración», y que no advierte que sólo microprocesos pueden reproducir macroestructuras."

Dejo de lado el tratamiento de los términos diferenciales de género. Lejos de mí aventurarme en esas profundidades. Pero apunto cómo una vez más, y en este caso bajo el apercebimiento de Morley, la dilución de separaciones teóricas, de dualidades racionalizadas más que dadas en la realidad se ven ahora difusas en la propia realidad. Más adelante retomaremos con otros el asunto de la disuelta frontera entre lo público y lo privado.

Está claro hasta aquí que la intimidad relacional de sujeto y medios es la que marca la dirección de todos los cambios suscitados. La versión extremista del concepto macluhiano referido a los medios como extensiones de las percepciones humanas, homologando su carácter instrumental al ya predicado al resto del mundo instrumental es lo que se materializa con la imagen del ciborg, parte máquina parte organismo biótico. En una ubicación a mitad de camino entre la reificación y la metáfora se encuentra el ciborg contemporáneo: un ser cuya humanidad o, correctamente dicho, su interhumanidad, tiene como soporte a las nuevas teletecnologías de la comunicación, las que si no suprimido, han relativizado la espacialidad y la materialidad de la mayoría de las transacciones humanas. Realidad y virtualidad ya no son polos de una relación diferencial antagónica, la realidad virtual es parte de la realidad. Convive con la vieja realidad en un casillero contiguo dentro de la clasificación de realidades que el hombre tiene a su disposición.

Se pone, para el futuro inmediato, como un hito la inminente virtualización del dinero. El momento en que esto se produzca, no muy lejano por cierto, no implica el antes y el después de nada. Lo cierto es que una gran cantidad de transacciones, una gran cantidad de relaciones de poder sobre la posesión han mudado a su estado simbólico. La transacción de conocimiento, de claves de acceso al conocimiento, de programas criptados para la realización de claves de acceso al conocimiento. La industria de servicios que gira en torno a la industria de las tecnologías y las redes operables a partir de la propagación metastásica de esas tecnologías, la descentralización ad infinitum de esas redes, son de por sí una virtualización de la interhumanidad en general y de la economía en particular. Así el poder, como aquí se apunta, adquiere una redimensión, de la que los media participan de una manera esencialmente diferente a la que les correspondía en la modernidad. Pero sobre esto abundaremos un poco más adelante.

Podemos aquí también hacer una referencia a Jean Baudrillard en su "El sistema de los objetos", o también a los anteriores de Roland Barthes referidos a esa relación de identificación entre objeto y sujeto que parece signar el tramo tardío del capitalismo mundial.

Prefiero en cambio dejar esa tarea al lector (si despierta su interés) y remitirme a subrayar que los medios de comunicación masivos, y mejor aún las nuevas tecnologías incorporadas al ambiente humano, son no solo reproductores de cultura, difusores, embragues de los procesos de generación cultural sino, y substancialmente, una cultura en sí misma.

Siempre me inclino a apoyar el concepto de Sociedad Mediática en esta inmanencia de los medios en el complejo histórico contemporáneo. La Sociedad mediática, como he dicho en otra parte, es sí una sociedad de masas, una sociedad en la que los medios son el escenario del acontecer humano, pero mucho más una sociedad en la que las relaciones humanas se encuentran mediadas por un inefable mediador social: los mass media.

Me cito en un pasaje de "La Dictadura del Sí Mismo": "Si la sociedad de masas era un prospecto con un destino incierto a determinar por la propia incidencia de los mass media, la Sociedad Mediática sobreviviente fue el resultado de la demanda mutua y constante del nuevo ciborg y las nuevas tecnologías. Nadie escapa a esto. La sociedad mediática no es sólo aquella en la que los medios superaron su rol de representantes y transmisores de realidades para convertirse en escenario de los hechos. En ellos, además, se apoyan todos los niveles de mediación social. La relación del individuo con la sociedad es una relación mediada. La relación de los individuos con los individuos son relaciones mediadas. Nada se piensa se dice o se hace sin la intervención de los medios. Ni el menor acto onanista ni la más inspiradora declaración de universalismo escapan a la permeación mediática, con sus modelos, sus acondicionamientos formales, su sintaxis y el imperio de su superficialidad. No hay ostracismo posible, ni refugio imaginable, esencialmente porque materialmente no lo hay y porque, más importante aún, nadie lo busca."

Lo bueno de citarse a sí mismo es la casi seguridad de acudir a la cita.

He planteado temerosamente en aquel mismo trabajo que en este escenario cultural de la posmodernidad y estructural de la sociedad mediática la lucha de clases ha cesado.

No me pliego con esta aseveración al anuncio de ningún final de los tantos finales proclamados por la línea abierta y nunca solventada de Francis Fukuyama. Cuando digo cesar estoy describiendo un estado consecuente con todos los cambios en las condiciones sociales que se han venido asentando en los últimos cuarenta años, pero que se inician con las descripciones de Ortega respecto de las condiciones operadas en el mundo occidental con el inicio del siglo XX. No me extiendo demasiado aquí más que para decir que la reconfiguración del concepto de espacio y, por ende, del espacio público, ha cambiado la naturaleza, la posición y la funcionalidad de los escenarios sociales.

Esto es sociedad mediática en sentido pleno. Un lugar lo suficientemente amplio y hermético a un tiempo, lo suficientemente expuesto e insondable a un tiempo, que hace imposible la definición de un terreno en el que la lucha de clases tenga lugar según su principio convencional y las reglas de su evolución.

Apunto esto sin avanzar más porque se me hace imprescindible poner este pilar para apoyar en él la cuestión de fondo: hoy son otros los motores de la historia, de una historia que por cierto no ha cesado. Contra Lyotard y su banalización de los grandes relatos se alzan aquí y allá procesos dialécticos de contrastación y resurgimientos de las viejas pulsiones sociales que, aún disminuidas en su capacidad de propagación reemplazan las viejas pretensiones hegemónicas de las culturas por un reclamo a su derecho de supervivencia en contigüidad pacífica con el resto de las identidades existentes.

La conciencia de clase se recluye en la de grupo, la identificación de intereses en pugna se troca en la búsqueda de un lugar para recrear sin riesgos el derecho a existir. Frente a esto, la tensión se materializa en una tendencia a convertir la mundialización en un proceso de homogeneización que garantice las reglas económicas del mundo globalizado.

Curiosamente las herramientas tecnológicas que deberían garantizar la consolidación de este proceso de homogeneización son las que, por inmanejables, conspiran contra su entronización. Aquí y allá, el proceso de descentralización necesario a la reificación de la red reclama la diversidad cultural para robustecer su condición de vehículo universal.

Los medios convencionales, mucho más atados al sistema en agonía, deben jugar su carta a favor del sostenimiento del viejo orden y, por eso mismo, aceleran vertiginosamente el proceso de su caída. Para ello, conminados por la diseminación evidente del poder, exageran hasta la caricatura algunas increíbles prácticas de manipulación.

Esto significa que la verdad, ese criterio de referencia y contrastación no necesita ser probada. Baste con que los "hechos" se presenten bajo la forma, el grado de verosimilitud y la entonía necesaria con el sistema de credibilidad general para que el "hecho" sea advertido hecho y no como representación.

La pregunta que cabe en esta instancia es la que interroga sobre el nuevo rol mediador de los media y la transfiguración que esto implica en el propio concepto de mediación.

Pero previamente importaría fijar alguna de las razones por las que advertimos sobre la nueva situación sobreviniente.

La idea sobre la inminente caída del actual supermediador de las relaciones sociales no descansa tanto en la pérdida de credibilidad que esos medios sufren frente a las audiencias cuanto en el proceso de disolución paulatino y progresivo de esas audiencias y en el cambio de comportamiento sufrido por la unidad integrante de esas audiencias: el sí mismo.

Tampoco es para desatender el hecho "hace tiempo que los medios y la información han superado el estudio de lo "ni cierto ni falso", ya que en ellos todo se basa en la credibilidad instantánea, con lo que la misma mediatización borra el criterio de referencia y de verdad" como bien señala Baudrillard.

No niego la certidumbre del primer apunte: la gente cree cada vez menos en los medios, el proceso ya es claramente visible. La cosificación de la noticia, su evidencia como mercadería, su inclusión como valor en el mercado del poder y en el mercado del interés público propicia su degradación inexorable. La tarea mediática ya se ha consolidado como un elemento activo del consumo con condimentos de reality y en competencia con otros productos de la comunicación masiva que, otrora, atendían exclusivamente a la góndola de las emociones. Pero repito, tales acciones espasmódicas no son más que intentos vanos de demorar el proceso de su propia caída, mucho más que las razones de su caída.

Mientras en el terreno de lo masivo los media dejaban de producir información válida para la toma de decisiones, es decir, para reemplazar la capacidad del ciudadano en la consolidación de su soberanía, la información real se consolidaba en los centros del poder, y la virtualidad alcanzaba su cenit en la prefiguración de los acontecimientos. Los hechos eran según aparecían en la pantalla del aparecer virtual.

Pero que tal si la credibilidad perdida no es sino un cambio en la naturaleza de la credibilidad. Retomemos el concepto de Baudrillard de "credibilidad instantánea". Esto significa que la verdad, ese criterio de referencia y contrastación no necesita ser probada. Baste con que los "hechos" se presenten bajo la forma, el grado de verosimilitud y la entonía necesaria con el sistema de credibilidad general para que el "hecho" sea advertido hecho y no como representación. Una omisión parcial, un error de interpretación, una falla en la jerarquización de los asuntos internos al

"hecho", no convierte al hecho en "falso", no lo condena a la mentira, no contamina su totalidad, sino que por el contrario cualquiera de esos vicios no se demanda advertido, no se ve, no se lo ve. ¿Qué ha pasado?.

Simplemente que la credibilidad instantánea es, al mismo tiempo y por rigor de su instantaneidad, fugaz. Tan ligera que la propia secuencia referencial de los "hechos" que configura la sintaxis mediática la condena a reemplazo perpetuo. Los hechos fundados en esta "credibilidad" no requieren de otro sustento.

" Lanzas una información. En la medida en que no es desmentida, es verosímil. Salvo accidente jamás será desmentida en tiempo real. Incluso si es desmentida más adelante, jamás será absolutamente falsa, puesto que ya ha sido creíble. A diferencia de la verdad, la credibilidad no se refuta, ya que es virtual."

Más de Baudrillard:

" (...) El medio es quien menos dice, quien menos información aporta. Es coextensivo a la insignificancia, a la banalidad del mundo operacional. (...) Nuestra actual condición, voluntaria o no, es la de agnósticos, ya no se trata de creer o no creer, puesto que lo único que importa es hacer creer y todo se agota en este efecto de la credibilidad."

No hace falta aventurarse mucho más allá de esta última aseveración para aceptar que ha cambiado la naturaleza de la credibilidad. Su fugacidad, su inestabilidad, relativa al papel que ocupa en el ánimo de las audiencias, es la que explica la diferencia con el antiguo mundo de las creencias y mucho más con el de las convicciones.

Dicho de otro modo las audiencias ven televisión, escuchan radio, acceden a la red. Lo que alcance rango de acceso a los media tendrá en su cuota de verosimilitud la cuota de realidad (o mejor de realidad virtual o de virtualidad realizada) suficiente como para ser aceptada todo el tiempo que dure su "evidencia" en la línea. Y este cambio en la naturaleza de la credibilidad obedece al cambio en el perfil de las audiencias, o de su átomo: el sí mismo, la que con su realización estadística actualiza el principio de verdad sociológica en tiempo real de una manera tan poderosa y al mismo tiempo frágil, que convierte los "hechos" en hechos y la virtualidad en más real que lo real.

En "La Máquina del Tiempo", H.G.Wells caracteriza a una porción de la sociedad del futuro, los Eloi, con algo que recuerda sensiblemente a ese perfil desatendido, fugaz, liviano, con el que muchos autores describen el carácter del hombre contemporáneo. En las características del "modo de atención", seguramente, encontraremos muchas explicaciones al tipo o tipos de credibilidad de la que es capaz ese carácter.

Se trata en realidad de exigirle al tratamiento mediático que se haga cargo de intervenir en los hechos públicos y privados unísono, como presintiendo que la frontera que separa a estos dos territorios

de lo humano son también convenciones que el hombre actual no ha podido repactar y que, por lo tanto, son el centro mismo del conflicto humano contemporáneo.

Al no romperse por ninguna costura la relación que une audiencias y medios, mutuamente requerida mucho más que los contenidos que transporta esa relación, parece impensable el divorcio que aquí anunciamos como la caída del supermediador. Pero todos los factores mencionados están diluyendo esa relación de manera inexorable y fatal. Y recordemos además, como factor coadyuvante, que los requerimientos sociales de un rol superior de los medios deviene del desgaste total de otros fósiles de la mediación como la política, la ciencia y la religión, cuyos destinos parecen anunciar el día después de la sociedad mediática contemporánea.

A la televisión, como medio masivo y ahora "interactivo", se le pide se convierta en escenario de los hechos, que se convierta en la arena en donde se desarrollen los acontecimientos.

Para algunos, este requerimiento de la sociedad para con los medios la convierte en sociedad mediática. Yo prefiero, un poco más aventurado, insistir con que la sociedad adquiere naturaleza mediática cuando le asigna a los medios de comunicación masivos el protagonismo absoluto en la mediación social.

Dicho de otro modo, más que un escenario o un ámbito de suceso, la sociedad le ha dado a los medios el rol de supermediador, con la misma solicitud que otrora se lo asignara a la religiosidad, a la política o a la ciencia. Un mediador, uno fabuloso que interviene en todo conflicto humano. Uno que los plantea los viabiliza y los "resuelve".

En este sentido y en referencia a los contenidos habituales de los Talk Shows, no es que la televisión abra su esfera al ámbito de lo privado, al terreno de las intimidades. No se trata de haber encontrado otro género para abordar asuntos que en otro tiempo abordaba vía la ficción del teleteatro, la cotidianeidad novelada, el romance representado. Se trata sí, me parece fundamental, de darle un carácter público a esos hechos de naturaleza aparente y convencionalmente privada. Se trata en realidad de exigirle al tratamiento mediático que se haga cargo de intervenir en los hechos públicos y privados unísono, como presintiendo que la frontera que separa a estos dos territorios de lo humano son también convenciones que el hombre actual no ha podido repactar y que, por lo tanto, son el centro mismo del conflicto humano contemporáneo.

Por otra parte, debo aquí hacer un apunte a una situación que por obvia está siendo soslayada en favor de ciertas lógicas patologías que se dan en el interior de los medios de comunicación. Digo del "vivo y el directo" y su pretensión de realidad extrema meneada por los medios como un estandarte refrendante de la verdad. Pongo por caso el equipo de producción con su conductor estrella, cámaras, luces y sonido con encoder satelital que se plantan en la plaza del conflicto a llevar a las audiencias desde el lugar y en el tiempo de los hechos "la realidad de lo que está sucediendo".

Hasta parece pueril tener que aclarar que, un hecho tal como un reclamo de estatales de una provincia a la que se le adeudan varios meses de sueldo implica una "situación". Y más pueril aún que cuando el equipo de producción, luces, cámaras y conductor estrella irrumpen en ese escenario la "realidad" de lo que allí suceda será totalmente diferente. Un factor extraño, por cierto que poderosamente influyente, habrá de cambiar la "situación" de manera definitiva.

Si la pretensión es, en cambio, garantizar un acontecer, una "solución", etc., la acción se desnuda como acción de poder. Y el poder que el medio usa en la acción es un poder conferido en un supuesto que ha sido asesinado en el mismo momento del ejercicio de ese poder: El supuesto de que el poder lo consolida la audiencia, al creer ésta que "estamos aquí par traerle la realidad tal cual está sucediendo".

Cosa diferente ocurre con las cámaras ocultas, las que por su propia funcionalidad son observadores no intervinientes, como suele definirse en el campo de la metodología científica, en cuyo caso las limitaciones sobre la aprensión y recomprensión de la "realidad" son otras definidas por Jacques Derrida al referirse a la "actualidad" de una manera tal que amerita la cita textual:

"Esquemáticamente dos rasgos designan lo que constituye la actualidad en general. Podríamos arriesgarnos a darles dos sobrenombres generales: artefactualidad y actuvirtualidad. El primer rasgo es que la actualidad, precisamente, está hecha: para saber que está hecha, no es menos preciso saber que lo está. No está dada sino activamente producida, cribada, investida, performativamente interpretada por numerosos dispositivos ficticios y artificiales, jerarquizadores y selectivos, siempre al servicio de fuerzas e intereses que los sujetos y los agentes (productores y consumidores de actualidad) nunca perciben lo suficiente. Por más singular, irreductible, testaruda, dolorosa o trágica que sea la «realidad» a la cual se refiere la «actualidad», ésta nos llega a través de una hechura ficcional."

Algo más agregamos al comentar que las propias determinaciones técnicas de escenificación, encuadre, posición en pantalla de interlocutores, planos, acercamientos, movimientos de cámara y otras previsiones incluso en el vademécum operacional de los técnicos implican un "tratamiento" de la materia real que posee un alto peso significativo.

Todo esto, inevitable por cierto ya que se trata del lenguaje estructural de un medio, en este caso la televisión, debería como apuntamos al final ser más fácilmente reconocido por las audiencias, unas audiencias más advertidas del funcionamiento interno de los medios a partir de la asunción de la responsabilidad social que el conjunto debería tener sobre ellos en tiempos de la sociedad mediática.

Por otra parte, no quiero obviar la inversión del embudo productivo operada en los últimos años en el interior de los medios.

Originalmente la estructura productiva de los medios, independientemente de las clásicas exigencias establecidas por la competencia (primicia, exclusividad, etc.) consistía en recoger del magma de la realidad los hechos noticiables. La tarea de newsmaking se realizaba inicialmente en el sondeo de los escenarios reales. Buen ojo y olfato, corazonada y sentido interpretativo engalanaban el perfil del buen notero.

En el último tiempo, las producciones noticiosas, de espectáculos y deportivas, han invertido el juego. El dato aislado indicial es la base de la investigación. Como las condiciones de competencia lejos de cambiar se han exacerbado, la tarea "investigación" consiste en "armar" la noticia a como dé lugar. Las productoras se agitan telefónicamente exigiéndole a las fuentes presuntas "quiero hablar con una acosada", los encargados de las redacciones presionan a los noteros con el planteo de cumplir objetivos igual que si se tratara de vendedores de celulares o agentes de AFJP.

Pero una vez más quiero "desmonstruolizar" a los medios. La sociedad compele las conductas de todo el sistema. Volvamos a los reality y a los Talk Show (TS). Si los conflictos amorosos en la familia, por intrincados e insolubles que parezcan, irrumpen en la espectacularidad de la pantalla representado por presuntos (no importa si falsos o verdaderos) actores de esos conflictos, es porque el ámbito de la mediación socialmente solicitado es justamente la superficie mágicamente proporcionada de esa pantalla. Es a la ASAMBLEA de la televisión que se le pide, que se le exige que se haga cargo del tratamiento, de la exposición, de la guía.

La sexualidad por ejemplo, otrora "protegida" por el aura de la intimidad y tratada en ámbitos recoletos (desde el confesional religioso al científico del diván), ahora encuentra una arena para pelear por su derecho a ser modelado en público con el riesgo y el privilegio que le otorga una teleaudiencia ávida de validarla contra toda moral preestablecida. La sexualidad como derecho a la preferencia se ha convertido en asunto de derecho "en público" como resultado de la consagración mediática. Esto allende los travestis contratados, y las ficciones del reality prefabricado por las producciones televisivas. Quiero decir con esto que, en "realidad", la sexualidad se ha convertido en asunto público por la democratización o el peso de interés de las estadísticas.

Las relaciones interpersonales en crisis creciente apelan a las catedrales telemáticas en búsqueda de la aceptación del "público en general" automática por la simple exposición. Porque saber y mostrar en el otro un acto y una conducta propia universaliza y valida esa conducta.

Los TS operan tanto como producto de consumo como ritual de unción y de iniciación al derecho a la existencia de un cúmulo de conductas y elecciones que se desajustan al estático modelo que en realidad la sociedad ha abandonado ya hace décadas. Y esto aún cuando la mayoría simule ignorarlo. La debilidad de los lazos familiares, la fragilidad de la pareja, el relajamiento y la descompresión de las obligaciones del individuo para con el conjunto y, esencialmente, la pérdida de la capacidad de coacción (herramienta guía y limitador de los grandes mediadores de la

modernidad: Iglesia, Política, Ciencia), han generado una interminable cadena de conductas opcionales que tienen en el superasambleísmo de los medios masivos su lugar de manifestación, de aceptación, de consagración.

Si bien productos ficcionados por las necesidades de las empresas en su lucha por las audiencias, los TS no se limitan a ser una tentación de consumo vinculado con la morbosidad y el voyerismo de la gente victimada por su propia curiosidad. Los TS son más que eso. Son más que un producto. Son una respuesta simbólica de la sociedad reversible (la que convierte la cosa pública en privada y la privada en pública) aprovechando la disolución de las fronteras que separaban ambos mundos y aprovechando la muerte de los gendarmes que las custodiaban.

El sí mismo, átomo de las audiencias, acepta la comodidad y ergonomía de los media en la mediación de los asuntos privados. Lo hace con la fruición del voyeurista. Espía una realidad que lo toca pero no lo ve a través de la pantalla, o en el rincón sombrío de la casa a través de la radio, o distraídamente en la revista de interés general. Su pudor está a salvo. Su impudor está consagrado.

Si no se refuta la postulación de que la mediación social ha mutado, si no se contradice con claridad que la verdad ha sido reemplazada por la credibilidad instantánea cuyo soporte de realidad es la formalidad mediática sin más, si tampoco se desecha el postulado de que las audiencias hacen del desinterés o del interés fugaz el ritmo de su relación con los media, si ninguna de estas comprobaciones cae, lo que cae es sin duda toda la mitología respecto del rol de los medios en la sociedad contemporánea, mucho más protagónico de lo que se quiere reconocer y mucho menos heroico y necesario de lo que se pretende a diario hacer reconocer.

Hagamos más claro el cambio de la mediación. Corrientes relativamente recientes han inaugurado (o mejor reinaugurado) un asunto no poco importante en el campo de la teoría de las mediaciones. Los resultados han sido dos: por un lado se ha entronizado en la discusión la intervención precisa de las organizaciones sociales intermedias y, aún las inferiores a esta en el orden del aparecer, como muy constitutivas de la cultura. Por otro lado este aserto implica un reconocimiento de los media como intervinientes no tan protagónicos en el campo de la interhumanidad.

Las organizaciones barriales, los grupos de autoayuda, las asociaciones temporarias, las de fines comunes, las de identidad social, política, cultural, racial, etc. son, para esta aspectación, sumamente importantes a la hora de abordar la tarea de la mediación, sin descontar el hecho de que esto mengua necesaria y operativamente la acción de los medios masivos de comunicación en el tejido social.

La visión, sin dudas, robustece con aportes de praxis todo lo incorporado en la reciente historia de las teorías de la comunicación.

A mi entender, y sin desconocer el aporte, la idea ha sido superada por el tiempo y sus cambios. Los últimos quince años de la posmodernidad que son los finales del siglo se han caracterizado por el debilitamiento

irreversible de la frontera que separa lo público de lo privado y, tomando el modelo de Serrano, la disolución de los relatos operativos de la gesta y la parábola como herramienta de funcionalización de los conflictos sociales del campo institucional y de la cotidianeidad.

Traduzcamos. Hasta hace poco menos de treinta años, digamos en la década del 70, los relatos en los media se encontraban perfectamente ajustados al diseño de Serrano. Los asuntos de la esfera privada eran tratados mediante el recurso parabólico de las telenovelas y de cualquier otro producto de ficción evidente. Los asuntos de la sexualidad, los conflictos familiares, las rupturas generacionales, etc., se trataban con la protección del decorado escénico: (La Familia Falcón, La Nena, Matrimonios y Algo Más, entre otros muchos ejemplos que referenció de la televisión argentina). Quizá la sociedad de entonces no hubiese resistido la audacia de poner en pantalla o en el aire radiofónico el tratamiento de hechos verdaderos relatados por los propios actores de esos hechos. El recurso de la ficción operaba entonces de facilitador para que esos asuntos de la esfera privada, del ámbito de la cotidianeidad según Serrano, logran su tratamiento y consecuentemente la disolución de su conflictividad .

Por otra calle, el ámbito institucional resolvía sus tensiones mediante el recurso operativo de la gesta. Los noticieros, los informativos, con seriedad, asepsia, y una ostentosa pretensión de objetividad, ponían en forma los asuntos correspondientes a los requerimientos del relato sociopolítico. Recordemos una vez más que la tensión entre orden institucional y cambio histórico fue siempre asunto de la gesta.

Los límites estaban perfectamente planteados. La funcionalidad de los operadores era óptima en relación con su propia capacidad. Las instituciones que históricamente trataban o destrataban los asuntos privados se alarmaban ante el ingreso de los media en el terreno que hasta entonces se le reservaba a los confesores o los médicos o directamente se diluían en la oquedad silenciosa del ámbito familiar tradicional.

La diferencia con el hoy no puede ser más evidente. En primer lugar lo remanido de la disolución de las fronteras que separaban uno y otro mundo, el público del privado. A este respecto aportaremos algunos fragmentos ilustradores un poco más adelante. En segundo lugar los productos mediáticos resultado o resultante de la disolución de esa frontera. Talk Show, reality show, o sucedáneos en los que se tratan temas como la anaorgasmia, el sexo anal o la zoofilia no siempre asistidos por el aporte de psicólogos, médicos, sacerdotes u otro tipo de "especialista".

Como contrapartida el desinterés o el flácido interés obligado por coyunturas (elecciones, devaluaciones, impuestas, paros, hechos de inseguridad, etc.) de todos los asuntos político institucionales, siempre más referidos a la comprobación de la teoría de la conspiración que a la información tendiente a la formulación o reformulación de una conducta ciudadana. Quiero decir con esto más a propósito de comprobar que "alguien esta haciendo algo malo o dejando de hacer algo que, en cualquier caso, me perjudica" que de revisar una conducta desde lo político en función de la responsabilidad vigilante del "ciudadano".

En este sentido conviene advertir que no menos evidente que la caída del muro que dividía los mundos humanos público y privado es el hecho de que el asambleísmo mediático al que hoy se someten asuntos de la privacidad o la intimidad convierte esos asuntos por "en público" en asuntos públicos, en tanto que las instituciones se momifican sin encontrar la recuperación de un interés ciudadano que vaya más allá de la frontera de las coyunturas electorales o lo estentóreo de los escándalos de la política.

Cada vez se hace más difícil movilizar el interés de las miradas entre vacunas y vulpinas de las audiencias.

Y en este punto quiero detenerme para hacer una reflexión adicional pero no ociosa. Bien es que quiero quitarle la totalidad de la responsabilidad a los medios, a quienes trabajan en ellos, por el bien del análisis y en honor a lo que creo verdad. Los facilismos con los que se abordan estos asuntos son francamente de temer. Pero esto no significa que quitemos a medios y a quienes trabajan en ellos, y especialmente a su "centro", la actividad periodística, de su lugar en esa responsabilidad. Su parte tienen.

Es tan cierto que en particular la prensa contemporánea a puesto a la luz asuntos vitales para la salud institucional de la Nación, como cierto es que, en general, esa misma prensa nos está dando como resultado de su acción formativa e informativa un perfil ciudadano pobre en ideas, cargado de prejuicios, liviano en los análisis e incapaz de desentrañar la realidad en su verdadera complejidad.

Seguido a esto es imprescindible señalar que ni la caída de este nuevo muro, ni el traspaso de la condición pública a la privada podría darse si el requerimiento de las audiencias no lo sostuviera de hecho. Esto equivale a retomar el concepto de cambio de posición en la tarea mediadora que planteo más arriba.

El sí mismo, átomo de las audiencias, acepta la comodidad y ergonomía de los media en la mediación de los asuntos privados. Lo hace con la fruición del voyeurista. Espía una realidad que lo toca pero no lo ve a través de la pantalla, o en el rincón sombrío de la casa a través de la radio, o distraídamente en la revista de interés general. Su pudor está a salvo. Su impudor está consagrado. El mass media resulta menos molesto que la vecina del barrio, que los grupos que demandan confesiones para hacer efectiva su cohesión. No. Sin duda aseguro que es improcedente minimizar en favor de otros mediadores intermedios el rol mediador de los MCM. La mediación ha cambiado su posición a pedido y medida del sí mismo.

Por otra parte, el sistema no sólo que ha variado sino que su propio modelo afianza la continuidad, su estabilidad. He insistido hasta el hartazgo con la disolución de las fronteras que separan lo público de lo privado.

Tanta repetición implica una deuda. ¿Qué pasa en el hiato? Alguien debería indagar y explicar qué es lo que sucede en esa juntura. Por otra parte: ¿ esta disolución no implicará el nacimiento de un nuevo espacio en

donde la mediación mediática es canal, escenario e idioma? ¿Será éste el nuevo espacio público que por algunos lugares se anuncia?

Ernesto Laclau, en un simposio sobre Desconstrucción y Pragmatismo en el que debate entre otros con Richard Rorty, plantea que una idea de mundos separados entre los dos ámbitos es más el resultado de un esfuerzo teórico que la descripción de una realidad efectiva.

Sólo en un mundo racionalista, Occidente para poner por forma, y en oposición a los fundamentalismos orientales en los que las nociones de religión y Estado se funden en la entidad colectiva, es posible la diferenciación nítida entre ambos mundos: el público y el privado, porque es posible una diferenciación entre la realización individual y cualquiera que sea el sentido de la solidaridad humana. Para Laclau la frontera existe aquí y es inestable, con permanentes interpenetraciones de un lado al otro de la banda en donde los planteos de la vida privada se publican / politizan cada vez más.

Estoy de acuerdo y agrego una descripción adicional: la interpenetración de lo público y lo privado se da a expensas del Unicato Mediador de los Media.

Esto no significa que el tipo de mediador sea la causa única, ni siquiera importa si es o no causa. Los medios posibilitan. Su propia constitución pararracional los habilita para esa función. El mundo que reconstruyen los media es una representación mediática mediada y, consecuentemente pararracional. Si seguimos a Laclau en lo dicho respecto de que solo en un mundo como el occidental puede darse, por racional, una separación nítida entre las exigencias de autorrealización y las de la solidaridad humana, resulta evidente el papel de permeante que los MCM operan en la inestable frontera que divide el mundo de la autonomía personal incorporando planteos públicos y el de la politización de lo privado.

El simple hecho de que los media sean un embrague de naturaleza lábil explica la eficiencia de su funcionamiento mediador. La sola razón de la posición de los MCM respecto de las audiencias explica su entronización en este Unicato mediador a cuyo derredor los otros mediadores sociales orbitan ordenados por su centro de gravedad.

Así las cosas nos queda obligadamente la responsabilidad de afrontar la pregunta sobre el nuevo diseño de la cadena que caracterizó los últimos setenta años en la historia de la comunicación: manipulación / persuasión / influencia / funcionalidad.

Tal cadena es irreductible a cualquiera de sus partes, advertencia que hago para evitar que el concepto de manipulación, tan poderosamente imbricado en la teoría de la conspiración se trague y oculte los otros ejes no menos importantes a la hora de este análisis.

La pretensión de que la información es funcionalmente generadora de conductas recorre los cuatro ejes de la cadena. La expulsión de la etapa del reconocimiento en la realización del proceso comunicativo también. Por esto

último, sólo parcialmente y gradualmente, el recorrido por los eslabones hace presente un poco más el rol de las audiencias. Las audiencias ya no como meros receptores pasivos sino como actores en la producción social de sentido, siendo el sentido el resultado de un trabajo social (Verón). Para un fin como el buscado, una caracterología de las audiencias remite necesariamente a una caracterología del individuo contemporáneo.

Cuando hice el planteo de una dialéctica entre sociedad mediática y posmodernidad, reconocí que la descripción del temperamento del ciborg contemporáneo, era en sí misma una sociología, puesto que hasta el orden institucional, como en ningún otro momento del tiempo historiado, se teñía del carácter abarcador de la personalidad del sí mismo. El sistema, las condiciones de producción y consumo, la significacionalidad operable en todo el sistema, respondían unívocamente al perfil del sí mismo. De qué manera entonces, sino en atención a este requisito, podemos abordar una exploración de las nuevas formas de generación de conductas en las que interviene la información. Nuevas y viejas técnicas de manipulación, persuasión, influencia y funcionalidad deberán ser reinterpretadas en este marco socio-psicológico del carácter posmoderno y, al mismo tiempo, explicado en términos de una sociedad funcionalmente operada por un supermediador tecnológicamente dotado para ejercer su supremacía.

Deliberadamente me abstengo de reducir toda la homeostasis del sistema en términos de dominación. La variable de sutileza que relaciona manipulación con persuasión, influencia y funcionalidad, no pueden ser explicadas en términos de una evolución en las metodologías de dominación. No sólo que el centro del poder ha cambiado, sino que la metastásica aparición de los factores ha virado el propio concepto de dominación. No podemos olvidar que manipulación, persuasión, influencia y funcionalidad son categorías teóricas, instrumentos diseñados para sistematizar la explicación de realidades mucho más complejas.

El sistema carece de oposiciones radicales. Deliberadamente me niego también a limitarme en una aspectación sociológica del análisis, el interior de los medios tiene explicaciones básicas sobre el funcionamiento de la supermediación que no deben soslayarse o reducirse a un análisis de las formas de producción de mensajes o a una crítica como la de Bourdieu centrada en el menoscabo que las formas de producción le hacen al contenido de los medios y a su pretendida función social. Sin ese requisito se hace impensable e imposible una ética como la que esbozamos en el final.

Originalmente, digamos una veintena de años atrás, la relación se suponía entre el poder real (económico, bélico, científico) y la información mediadora frente a las audiencias (ciudadanía, masa, masaudita). Allí se generaba una asociación de poder o la alternativa del mismo. El cuarto poder jugaba sus cartas sobre el tapete montado por los otros tres.

Con la instalación de los media en el trono de la mediación, el cuarto poder se convierte en un participante activo, muy activo del poder político. (Es decir del primero de los poderes). Este proceso cambió la orientación de las relaciones y puso a los medios frente al poder clásico ejerciendo el suyo

y ostentando a las audiencias como rehén. Este hacer se trasladó en todos los terrenos de la generación del poder: lo político, lo económico y hasta el propio poder de la fuerza si este se considera como un extremo de la manifestación del poder político.

Toffler dice, por un lado:

" El saber del Estado ha descansado siempre en su control de la fuerza, la riqueza y el conocimiento. Lo que hoy resulta diferente es la cambiante relación entre estos tres factores. El nuevo sistema supersimbólico de creación de riqueza lanza una amplia gama de asuntos relacionados con la información al orden del día político." (...)Hoy en día cualquiera que tenga una PC y un modem puede marcar un número telefónico de un centro de datos del gobierno y obtener datos de una increíble cantidad de cosas. Pero, ¿ cómo se debe hacer esto? ¿Tiene el Gobierno que establecer contratos con empresas privadas para la distribución electrónica y facilitar el acceso mediante el pago de una cantidad determinada?. Muchos bibliotecarios, investigadores universitarios y abogados en pro de los derechos civiles aseguran que la información del Gobierno no debería venderse, sino ser facilitada gratuitamente al público. Por otra parte, las empresas que hacen de intermediarias afirman que proporcionan servicios adicionales que justifican el cobro de dinero.

Sin embargo la problemática de la información presenta otros muchos problemas.

A medida que nos sumergimos más a fondo en la nueva economía supersimbólica, las cuestiones de información no siguen ya pareciendo remotas o ininteligibles. Un público cuyos medios de vida se derivan cada vez más de la manipulación de símbolos, también se muestra cada vez más sensible a su significado en el plano del poder."

Toffler abunda en datos y referencias sobre la homologación de los movimientos económicos financieros del primer mundo en el terreno de la informática y las telecomunicaciones. Los peligros sobre la homogeneización de la opinión mundial, sin embargo, se debilitan cuanto mayor es la inversión para apoderarse y multiplicar la eficiencia y el alcance de las redes. La economía por el poder se revierte en infinidad de nuevas pujas por invertir en los servicios que nacen aquí y allá en un mundo desacomodado por la propia intangibilidad de la dimensión del nuevo poder. Fusiones, reapariciones, cambios en la dirección de los grandes capitales y la figura de nuevos barones que se divierten sólo con las impensadas consecuencias económicas que en el mundo traen aparejadas los despligues de la nueva era.

Mitad ficción, mitad realidad y totalidad de virtualización, el capitalismo ha llegado a encerrarse en un capítulo de la obra de Ionesco, playándose cada vez más y desolándose cada vez más.

La medusa no puede manejar ni el nacimiento ni la voluntad de sus nuevas cabezas.

Un poco más de ésta tangente tomando en este caso un pasaje de una descriptiva crítica que Peter Mc Laren y Zeus Leonardo hacen de la evolución del pensamiento de Jean Baudrillard:

" Así como Marx anunció el fin del capitalismo, Baudrillard predice que la propia producción debe «explotar en pedazos». En este caso, el problema no es el método de producción, sino el código de producción. La extraña descripción de Baudrillard empieza así: «Un fantasma recorre la imaginación revolucionaria: el fantasma de la producción. Mantiene en todos lados un desenfrenado romanticismo de la productividad. La teoría crítica del método de producción no afecta el principio de producción. Todos los conceptos que expresa sólo describen la genealogía dialéctica e histórica del contenido de la producción, dejando intacta la producción como forma». El análisis revelador de Baudrillard dejó boquiabiertos a muchos teóricos porque desarrolló un concepto aparentemente sencillo y aceptado, que se había convertido en algo natural y en sentido común para la mayoría de los marxistas. Ideológicamente resguardada en el discurso marxista, ahora la producción aparece desnuda y vulnerable. Considerada antes como un elemento crucial que separaba a los hombres de los animales, la productividad, conforme se define en el léxico marxista, es acometida ahora como una simplificación exagerada que se ruboriza cual un niño descubierto después de años de decir mentiras: «Es, por ende, el concepto de producción el que se encuentra sometido a una crítica radical».

En lo que tal vez es su prosa más didáctica, Baudrillard analiza cuidadosamente lo que él considera conceptos fijados en la ideología de la producción. El primero de estos conceptos es la ley del valor. Baudrillard señala lo siguiente « Al no concebir un método de riqueza social distinto del que se fundamenta en el trabajo y la producción, el marxismo ya no ofrece una alternativa verdadera en el largo plazo al capitalismo. Aceptar el esquema genérico de producción y necesidades implica una increíble simplificación del intercambio social por la ley del valor. (...) Otro concepto marxista ferozmente cuestionado es el del trabajo. Baudrillard argumenta que al rebajar a trabajo la realización del hombre, Marx renuncia a la idea de que los hombres podrían encontrar su potencial en otras actividades no productivas, como la comunicación. A ésta postura adhieren otros críticos de Marx como Jürgen Habermas."

La inclinación de los comentaristas no impide que se reconozca, desde otra perspectiva, la renaturalización contemporánea en el concepto del valor y la relación que este nuevo concepto encarna tanto con el capitalismo como con el poder. Toffler habla de un cambio de escenario, Baudrillard (en 1975) asienta la primera tabla explicativa del porque del mundo sobreviniente. En ambos casos el eje de la discusión ha sufrido un corrimiento tal que se han modificado los polos de atracción. En esta nueva

realidad, los medios se reconfiguran en su relación / participación con el poder.

Digo una ética improbable, porque una ética mediática es, contemporáneamente, una ética social. Si se acepta lo que a ésta altura parece innegable (el protagonismo casi exclusivo de los media en la tarea de la mediación social, en la representación imaginaria y fáctica de toda la interhumanidad, de la recreación de los lazos sociales más y menos complejos) se acepta que una teoría general de los medios es una sociología de la sociedad mediática.

Siempre entendemos la improbabilidad mucho más como la imposibilidad del ser que como una limitación probabilística. La segunda interpretación es la que escogemos en este final abierto.

Dije ya que parece ley universal aquella que muestra a los supermediadores de la historia cayendo de su cenit y convirtiéndose en una versión de sí mismos más acotada pero al mismo tiempo más eficiente.

Será este el destino de los medios si tal ley es Ley. Tan como lo fue de la política, la ciencia y por supuesto la religión. Sus versiones actuales, algunas descafeinadas, son de perfiles más nítidos y de expectativas sociales más cumplibles que las de sus épocas de esplendor.

La limitación probabilística está relacionada con la extensión de la problemática de los medios. Una ética mediática es, contemporáneamente, una ética social. Todo un desafío. ¿Por qué una ética social?. Sencillamente porque la realidad de los medios es actualmente un asunto menos mediológico que sociológico. Si se acepta lo que a ésta altura parece innegable (el protagonismo casi exclusivo de los media en la tarea de la mediación social, en la representación imaginaria y fáctica de toda la interhumanidad, de la recreación de los lazos sociales más y menos complejos) se acepta que una teoría general de los medios es una sociología de la sociedad mediática.

Esto induce a acierto porque inunda el seno social de asuntos hasta el presente reservados a los ámbitos de la producción mediática, con categorías determinadas en el interior de las profesiones. A la luz de estos hechos parece indiscutible que la problemática periodística actual es un asunto de medios y sociedad, mucho más que antaño, dado que parte "central" del la problemática mediática y esta, a su vez, "central" del la problemática de la comunicación. Un interés del conjunto, ya que los hechos del funcionamiento social de los medios impactan totalmente en el interior de la sociedad.

Pero tal realidad no puede convertir al tratamiento de este tema en un simple reduccionismo, arrojándonos al asunto desnudos de mediología y sometidos a las meras categorías sociológicas. Por el contrario, una vez que el último ídolo caiga, la reconstrucción de sus bases estará en directa

relación con la apropiación que la sociedad haga de sus propias categorías mediáticas.

Entre el extremo de Bourdieu solicitando un cambio interno de los medios para que deje de peligrar la democracia, y la tecnocracia mediológica de quienes pretenden sacralizar la tarea mediática con prescindencia del sujeto social, hay un punto intermedio, no equidistante, en el que, aseguro, se centra la posibilidad de la construcción de una nueva ética y de un nuevo rol de los medios en la sociedad vecina e inmediata.

Ni los científicos, ni los intelectuales, ni los artistas pueden desconocer su realidad sin estar desconociendo su sociedad y su tiempo. Allí, en los medios, tienen su tarea. Lejos de la comodidad de las aulas, del clima atento y apropiado de las conferencias y del interés venerante de los públicos reducidos y selectos.

Seguro que la transformación se dará en el interior de los medios. Pero ese cambio no dependerá de los profesionales.

Se tratará de un conjunto de actores sociales interviniendo desde una percepción más precisa de ese interior. En primer lugar reconociendo y aprehendiendo sus categorías como ya apuntáramos. En segundo lugar reasignando el rol con otro nivel de exigencias. Y en tercer lugar participando en la reelaboración de sus contenidos.

La participación será activa o preñada de la "pasividad" ya descrita de las audiencias.

La queja lastimera de ciertos intelectuales sobre las limitaciones formales que los medios (especialmente la televisión y la radio) imponen a la profundidad en el tratamiento de los temas, es intolerable por hipócrita y descomprometida. Los medios son un problema social contemporáneo, un capítulo postrero de la historia que no acaba. La pretensión coqueta de desconocer la realidad mediática es de energúmenos. Ni los científicos, ni los intelectuales, ni los artistas pueden desconocer su realidad sin estar desconociendo su sociedad y su tiempo. Allí, en los medios, tienen su tarea. Lejos de la comodidad de las aulas, del clima atento y apropiado de las conferencias y del interés venerante de los públicos reducidos y selectos.

No basta decir que los medios conspiran con la complejidad y profundidad de los temas, habrá que esforzarse por conocer las formas y las categorías de la herramienta mediática para ingresar al seno de la discusión. La soberbia ignorante es un gesto clásico de la inteligentzia que no reconoce límites. Sé de algunos especialistas en medios, analistas del mensaje y aún semiólogos que son incapaces de realizar un story board, diseñar una frase publicitaria y peor aún reconocer los elementos empleados en cualquier realización mediática.

Es tan lamentablemente curioso como ejemplar del carácter que estamos describiendo. No menos curiosa resulta la resistencia que en los ambientes universitarios suele efectuarse a las nuevas herramientas telemáticas. En nombre de una supuesta defensa del "libro" y entintados en

malos augurios, algunos administradores del conocimiento formalizan sordas campañas contra el demonio digital.

Estas negaciones nacen de la pereza o de la negativa a enfrentar la responsabilidad del tiempo. La inteligencia tiende tanto a la audacia como a la cobardía, tal vez porque ambas la halagan y la seducen.

Pero el camino de una ética improbable se encuentra empedrado de inteligencia. Una inteligencia que es preciso comprender en su debilidad.

Si el ámbito de resolución de la problemática de los medios es la Sociedad, una sociedad caracterizada como mediática por la protagónica acción mediadora de los medios, parece que estamos circunvalando sin salida. Pareciera que debería esperarse de una instancia socialmente abarcadora y ligada a lo público la construcción de una puerta liberadora.

La enfermedad nos dice del enfermo. Ni la gripe ni la guerra son en abstracto, o si lo son lo son como parte de lo concreto que importa al hombre, al país, a la mujer, a la tribu o cualquier otra entidad viva que sea su soporte de realización.

Digo con esto que la salud es casi sólo una ausencia de enfermedad, puesto que si la enfermedad es una posibilidad que se presenta con su parcialidad y disputándole el espacio a la turgencia de la vida, la salud es solo una hipótesis utópica ordenadora de conductas recomendables para la prolongación de la vida.

No hay salud en absoluto y, por el contrario, la enfermedad es una abstracción relativa a la inevitabilidad de la muerte y a la inevitabilidad de la vida.

Desde aquí me siento tendiente a aceptar aquello que decía Nietzsche: el hombre es un animal enfermo de inteligencia. La inteligencia es una enfermedad que desatina con todo lo que implica la salud de la vida y de la muerte, con todo lo biótico, lo biológico, lo natural.

La inteligencia es la enfermedad de las enfermedades.

Las sociedades no son, contra lo que se cree, un producto de la inteligencia. Las sociedades son organizaciones naturales del hombre enfermas de una relativa (parcial) inteligencia.

Los dioses de todas las culturas condenan esa inteligencia, la que explora el árbol prohibido en el Edén, como a Sodoma, como a Gomorra, como a Babel. La naturaleza divina o la divinidad natural, que son después de todo la única posibilidad de naturaleza y divinidad, han trabajado la política de lo eterno en el marco de las alianzas. Las alianzas, nuevas o viejas, son acuerdos de la divinidad con la parte enferma del hombre: la inteligencia.

Es cierto que el principio del diálogo se centra en la Fe, pero el acuerdo centra en la neutralización de la enfermedad, de la inteligencia, porque es la porción demoníaca del hombre, la contradicción angélica del hombre como creación y producto de la naturaleza divina.

Esto puede explicarse de otras muchas maneras, y ejemplificarse de múltiples formas, pero elijamos simplemente la que nos explica en nuestra condición de seres diferenciados de la "naturaleza", como seres en proyecto pagándole los royalties a Sartre.

El resto de la animalidad se presenta en la existencia como seres "terminados", perfectos, con origen y destino previsible y determinado. El hombre, en cambio, es un ser imperfecto, sin terminar, apoderado de una parte de su destino, libre de una libertad relativa pero única y ajena al territorio de la naturaleza. .

La parte indeterminada y no terminada de su naturaleza es antinatural. Con ella debe lidiar, y ella es la que define el perfil de los ambientes que crea, entre ellos la sociedad. La enfermedad de enfermedades del hombre sería, de aceptar lo que digo, la diseñadora de su destino, la que define su identidad, y la que convierte ese doble juego de ser y tiempo en HISTORIA.

La historia es, entonces, el espacio de tiempo que va desde el momento en que la enfermedad de la inteligencia le permitió al hombre pensarse como entidad, hasta el momento en que se apague el sol. O quizá más allá ¿quién se atrevería a precisarlo?

La sociedad, cualquiera sea su forma de estadio es su escenario. Las prédicas del fin de la historia arrastran la pregunta sobre el fin de la sociedad.

Resulta magnífico y atroz todo lo que del hombre que somos se puede especular con un poco de esa enfermedad que se llama inteligencia. Una enfermedad de vientre prodigioso, capaz de fabricar de suyo entelequias del portento de LIBERTAD, AMOR, JUSTICIA, DESTINO, DIOS, y después arremeter contra las estructuras de la sociedad contaminada por esos productos de la enfermedad: cuerpos, rebeliones, jueces, dogmas y templos.

Una vieja hila el destino en un uso de madera en el final del corredor de los orígenes.

El hombre es capaz de elevar templos para justificar sus deseos sexuales, la necesidad de la lluvia o su compulsión a drogarse. Los templos pueden ser templos o libros o himnos o cuevas de reclusión. Los templos pueden ser cuevas telemáticas de reclusión para la nueva "existencia". Lo que necesita justificar puede ser producto de su relativa salud o su relativa enfermedad. El hombre podrá elegir entre despreocuparse de todo por la inexorable muerte del sol o rebelarse en pos de un imposible que no

demande los esfuerzos de su enfermedad de enfermedades y entonces se fabricará una fe.

En cualquier caso con o sin fe deberá reconocer que la inteligencia es realizable y puesta en forma sólo como acto de interhumanidad y que será víctima de una fatalidad lastimosa sino empieza a reconocer que su debilidad no es su fortaleza, y que la muerte y la vida van en yunta, dos hilos saliendo del uso de la vieja del cuento.

En un hoy tan plagado de individualismo hiperpersonalizante le resulta ultra conveniente al hombre contemporáneo que cada quien ponga pocos reparos a su soberanísimo hacer y entender. Sin juicios y sin jueces nadie tiene la culpa, pues la culpa es relativa a todo y absoluta para nadie. Es, con todo de esta cantera de donde deberá salir el material del cambio.

Si el ámbito de resolución de la problemática de los medios es la Sociedad, una sociedad caracterizada como mediática por la protagónica acción mediadora de los medios, parece que estamos circunvalando sin salida. Pareciera que debería esperarse de una instancia socialmente abarcadora y ligada a lo público la construcción de una puerta liberadora. Sin embargo resulta difícil imaginar un Estado contemporáneo haciéndose cargo dada la naturaleza pública de la cuestión. Ya veremos.

Sea entonces, que la construcción ética requerible no es, de ninguna manera, una responsabilidad absoluta de los medios. Los medios tienen una misión, mucho más vinculada a su supervivencia que a una responsabilidad más general. El problema a resolver es el de la reasunción de la responsabilidad de la sociedad sobre los medios.

¿Cuál es el tema a resolver previamente toda vez que intentemos imaginar una construcción ética que permita realinear la relación de medios y sociedad? ¿El de la responsabilidad de los medios en el desarrollo de su tarea mediadora? Definitivamente no.

Fuera y dentro de los medios se ha llegado al hartazgo con la carga exclusiva de tal responsabilidad al interior de la estructura mediática. Productores, realizadores, periodistas, se enfrentan diariamente con la crítica hipócrita y escandalizada desde los sectores de la inteligentzia. El "mal" social que producen los medios es responsabilidad de los medios. Curiosamente, e impúdicamente para decirlo de manera más apropiada, la sociedad no se reconoce en su supermediador.

Nada es de extrañar, lo propio ha hecho con la política, con la ciencia sin filosofía, con el arte inconveniente, y a la manera de las víboras en tiempo de mutación, se ha desprendido de las pieles que se ha fabricado sin asomo de culpa y con el gesto de una inocencia tan imposible como indiscutida.

La sociedad, el conjunto por decirlo de otra manera, se desentiende de sus jueces, sus políticos, su política, sus representantes, su ciencia, su producción, su consumo, sus valoraciones, y sus otros ídolos, con la misma ductilidad con que se adhiere a los nuevos, desde el instituido desasimiento que es su carácter (el carácter) central contemporáneo. Jueces, justicia, políticos, política, ciencia, científicos, productos y mercados, aparecen y desaparecen intermitentemente como si fuesen productos del hado y no de su propia cosecha.

Sea entonces, que la construcción ética requerible no es, de ninguna manera, una responsabilidad de los medios. Los medios tienen una misión, mucho más vinculada a su supervivencia que a una responsabilidad más general. El problema a resolver es el de la reasunción de la responsabilidad de la sociedad sobre los medios. Esto remite a la relación y posición y aún más, determinación, de los actores sociales con respecto al mediador. Hace irreductible esta relación puesto que impone una forma a determinar de apropiación de la interioridad funcional de los medios por parte de los actores sociales.

Los medios, como ya advertí, deberán aceptarse y definirse como una técnica de la mediación, y asumir al desnudo su acción moduladora, performativa y, parafraseando a Derrida, artefactual de la realidad. Pero muy lejos de asumir toda la responsabilidad de la situación actual su cambio y la prospectiva ética de la que hablamos.

Digo que son los actores sociales quienes deberán asumir el grueso de la responsabilidad. En primer lugar reconociendo la fusión inextricable de medios y sociedad y entender que el destino supermediador de los medios está dictado, decretado, y que su caída implica un reformulación de esa indisoluble e intrincada malla de relaciones.

En un desierto sin fin, cada cosa que decimos suena como carta dentro de una botella que jamás será arrojada a ningún mar y sin espera al fin del rescate de ningún naufrago en alguna parte. El desaliento, no obstante, puede ser, si no lo transformamos en abandono, una reacción de diástole para que comience a bombear un poco de humanidad al corazón de nuestras sociedades agónicas.

Ahora bien: qué y cuales son los actores sociales apropiados si la temática "pública" es un remozado concepto de lo público.

La primera reacción conduce a determinar hasta cuanto tiene de intervención el Estado actual en el concepto contemporáneo de lo "público". Queda poco por rescatar si se tiene en cuenta que el Estado actual se ha remitido a ser una forma más de lo privado en el espacio público, y que como tal ha repetido las conductas y las formas de relación y no-relación con el todo que mantienen el resto de los intervinientes privados en ese mismo espacio.

Ya se ha dicho claramente hasta qué punto el espíritu individual de desasimiento del sí mismo se repite en el carácter del Estado contemporáneo.

En realidad el Estado se desentiende de todo lo que puede, y se ha transformado en la máxima expresión de la estrategia del vacío, lugar de lucha por un poder que se persigue para no ejercerlo, y abandona poco a poco el escenario en una postura fría, hierática, indiferente.

Como en todas las cosas le tira por la cabeza la responsabilidad a la gente. Hace así con la salud, con la educación, con la seguridad, con la justicia y, extrapolación máxima, hasta hace así con la política. Para ser honestos, en realidad la sociedad es la que hace así.

Los maestros se desentienden de los alumnos, los padres de los hijos, los sexos de la sexualidad, la religión de la moral, la moral de la conducta y de la praxis, la praxis de la política, la política de la gente. Todo el mundo abandona su barco parcialmente. Los status quedan con sus roles vacíos. El mundo en versión descafeinado. Estado que no es poder ni organización, familia desvaída, historia que no tiene quien la escriba ni quien la lea.

En un desierto sin fin, cada cosa que decimos suena como carta dentro de una botella que jamás será arrojada a ningún mar y sin espera al fin del rescate de ningún naufrago en alguna parte.

El desaliento, no obstante, puede ser, si no lo transformamos en abandono, una reacción de diástole para que comience a bombear un poco de humanidad al corazón de nuestras sociedades agónicas.

Pero hay además un factor adicional a la imposibilidad de que el Estado sea capaz de convertirse en actor protagónico en el nuevo abordaje de lo público resuelto en el hiato medios-sociedad. Esta situación tiene origen en la apropiación de las nuevas tecnologías comunicacionales pero también relacionales que han disuelto las fronteras espaciales relativizando la acción política de los Estados.

Vuelto el factor sobre sí mismo nos encontramos que los estados son incapaces también de una política ejercidas sobre las nuevas tecnologías, y por extensión sobre todo el sistema mediático, la sociedad mediática y, cada vez más, la sociedad global. La sociedad global o, mejor dicho, una sociedad en la que lo local y lo no local carecen cada vez más de importancia, es decir una sociedad en la que lo abarcativo, la disponibilidad, la accesibilidad y la ergonomía tienden a suprimir el concepto de localización espacial.

Cuál es el derecho que debe resguardarse en esta nueva relación individuo-medios-sociedad. De ninguna manera puede aceptarse el ya canónico derecho a la información ya que la información es un producto, una producción, un resultado de un proceso de intervenciones selectivas, performativas, etc. El derecho que parece evidente debe resguardarse es el derecho al acceso a la formación de sentido en la instancia de producción mediática, un derecho de apertura de una ventana a la producción de sentido en el ámbito mediático.

Por otra parte, y no menos importante a la hora de intentar definir una política y un actor social capaz de desarrollarla, las nuevas tecnologías están produciendo una redefinición del sistema que va más allá del resultado de la relativa interactividad que éstas posibilitan.

Se está produciendo además la deslocalización de las instancias de producción y reconocimiento. Como dijimos parcialmente más arriba y como ampliaremos en breve, los medios de comunicación se han convertido en ámbitos de significación generando nuevos patrones sociales de mediación.

Con la posición del vecino-ciudadano-consumidor-cliente-usuario ya suficientemente caracterizada: ¿ qué política resituará a los medios en su nuevo rol?

Esta pregunta no puede responderse si previamente no se contesta otra: cuál es el derecho que debe resguardarse en esta nueva relación individuo-medios-sociedad. De ninguna manera puede aceptarse el ya canónico derecho a la información ya que la información es un producto, una producción, un resultado de un proceso de intervenciones selectivas, performativas, etc. Es decir que la información no es un lugar de llegada sino uno de acceso. El derecho que parece evidente debe resguardarse entonces, es el derecho al acceso a la formación de sentido en la instancia de producción mediática, un derecho de apertura de una ventana a la producción de sentido en el ámbito mediático. Retomando el planteo de Verón sobre las tres instancias de producción: producción, circulación y reconocimiento, se hace evidente que los mecanismos de la primera instancia (independientemente de que no se puedan situar en el tiempo) son el asunto del que estamos hablando.

Los medios, dijo Mac Luhan, no pueden hacernos pensar de una determinada manera sobre un determinado asunto, pero sí pueden hacernos pensar sobre ese asunto. En nuestro caso vamos un poco más allá desde la misma orientación macluhiana: en la sociedad mediática, los medios son un nivel paradigmático en la toma de realidad, porque se han convertido en ámbitos de significación lo suficientemente poderosos como para generar nuevos patrones sociales de mediación.

Antes de continuar quiero, para proveer de una base teórica a los profanos que se aventuren en este trabajo, tomar dos fragmentos de Verón que remiten a la semiosis social, es decir al concepto de producción social de sentido.

"...no se debe caer en el reduccionismo semiótico de reducir los fenómenos sociales a fenómenos significantes. Las ciencias sociales suponen, en general, que los diversos fenómenos que ellas estudian son significantes, pero sin interrogarse acerca del problema específico de los modos de comportamiento del sentido. Toda forma de organización social, todo sistema de acción, todo conjunto de relaciones sociales implican, en su misma definición, una dimensión significativa: las "ideas" o las "representaciones", como se solía decir. Un economista puede analizar las modalidades

de intercambios en una sociedad dada, las formas de organización de las relaciones de producción o el funcionamiento del mercado: verá en todo ello la acción de las leyes económicas. Esas estructuras, estas instituciones o estos procesos no son siquiera conceptualizables sin suponer formas de producción de sentido. Pero el problema de la especificidad de la semiosis en el nivel de la organización económica de una sociedad no es un problema económico. Tal vez se me conceda, entonces, que todo funcionamiento social tiene una dimensión significativa constitutiva. Pero la hipótesis inversa es igualmente importante: toda producción de sentido está insertada en lo social. Agreguemos que esta hipótesis no prejuzga en nada sobre la homogeneidad ni la coherencia significativa de un funcionamiento social: si la semiosis es condición de funcionamiento de una sociedad en todos sus niveles, ello no quiere decir, sin embargo, que manifieste las mismas modalidades en todos lados, ni que la sociedad en su conjunto tenga algún tipo de unidad significativa. (...) Si el sentido está entrelazado de una manera inextricable con los comportamientos sociales, si no hay una organización material de la sociedad, ni instituciones, ni relaciones sociales sin producción de sentido, es porque esta última es el verdadero fundamento de lo que corrientemente se llaman "representaciones sociales". Que las formas de estructuración del modo de producción y de las relaciones de producción, que los modos de organización institucional, que la naturaleza y el juego de los conflictos, que todo ello esté determinado por otros factores fuera de las "representaciones", cuyos soportes son los actores sociales, nadie lo podría discutir. Pero no es menos cierto que la teoría de la producción de sentido es uno de los capítulos fundamentales de una teoría sociológica, porque es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social. El mínimo acto en sociedad de un individuo supone la puesta en práctica de un encuadre cognitivo socializado, así como una estructuración socializada de las pulsiones".

Decir que los medios suponen ámbitos de significación interpretados como ámbitos de producción social de sentido, y que desde ese puesto están generando nuevos patrones sociales de mediación, reafirma la necesidad de que los actores sociales reconozcan los fundamentos de ese proceso en el interior de los medios.

Esto implica un conocimiento un poco más desarrollado de la técnica de producción mediática por parte del vecino-ciudadano-consumidor-cliente-usuario.

Ahora bien, tal pretensión demanda una política y la política una regla. ¿De dónde emanarán una y otra?. Si los medios se resisten a una invasión societaria al interior de sus usinas, desde que poder, o mejor, sobre los términos de qué negociación se realizará el cambio.

Estamos parados sobre una tecnología que posibilita tal accesibilidad. ¿Será posible una normativa que obligue la disponibilidad de toda la

producción mediática?. Esto está en discusión en algunos países, especialmente en Europa, en donde hay un revisionismo crítico fuerte sobre determinados templos de tradición occidental. Allí residen las máximas trabas: el concepto de libertad de información, libertad de prensa, libertad de expresión, etc. Pocos parecen advertir que el sustento jurídico y el valimiento moral de esas libertades y derechos son, precisa y paradójicamente, la razón del reclamo: el derecho del vecino-ciudadano-consumidor-cliente-usuario no sólo a ser informado sino a saber de qué manera se le informa.

No hace falta revisar aquí las evidencias del resultado que sobre lo "real" producen todas las operaciones informativas (selección, encuadre, recorte, sintaxis, recontextualización, enfoque, jerarquización, duración, recurso apelativo, etc.). Sobre los criterios de selección será difícil establecer normativas sin condicionar a los medios. Pero que tal la Red como soporte para reunir todo el material sobre el cual se plantea la segunda tarea de selección que es la de edición. Ese es un punto. Imaginar una hipermedioteca de accesibilidad abierta implica no sólo un factor de conflicto entre el poder de los medios y otros poderes, sino que otro referido a las vulneradas pero preexistentes fronteras nacionales.

Esta disponibilidad, además, deberá ir acompañada necesariamente de una capacidad mínima en el nivel del reconocimiento, es decir de las audiencias, sobre las condiciones de producción. Curiosamente, en tanto se le reclama a la política y a la justicia transparencia, los productos mediáticos son los más crípticos y menos transparentes, los menos cuestionados socialmente. El fundamento de la aceptación de esta operación de prestidigitación mediática es el ya referido concepto de credibilidad.

Esta credibilidad instantánea (parafraseando a Baudrillard) deberá ser reemplazada por una cultura de la instrumentalidad mediática. Cual deberá ser el mínimo de conocimiento que deberá lograrse en el nivel de la vulgarización es un tema de discusión aparte. La pregunta imprescindible es ¿a partir de qué instituto podrá lograrse esa formación, esa capacitación en la sociedad global. Si la Escuela lo fue de la alfabetización, será desde esta u otra escuela que se logrará desarrollar esa cultura de la instrumentalidad mediática?.

Volvamos a la pregunta sobre ¿ cómo se democratiza una técnica como la mediática? ¿Cómo se hace para que el actor social (considerado como una medida estadística) incorpore una serie de conocimientos sobre esa técnica que le permitan resignificar la producción mediática.

Digo resignificar y no interpretar por razones a esta altura obvias. Como también resulta obvio que las bases que insinuamos de una nueva ética mediática solo se consolidarán como fenómeno postrero a la caída de los medios de su sitio. No podría ser de otra manera si se retoma el concepto central ya tratado sobre la relación de los medios con el poder. Dijimos que el poder es una dimensión, no una localización ni menos un discurso. Su disposición metastásica no contraría la idea (muy comprendida

en política) de que el poder se trata de una construcción. Toda construcción implica unas tareas y toda tarea una voluntad de ejecución.

Hay una incursión interesante de la formación en comunicación en el nivel secundario de la Argentina. Pero su razón obedece más al furor y al interés que el ámbito temático despierta (o al menos despertaba) en el alumnado que en una intención académica de dotar al ciudadano-vecino-usuario-consumidor-cliente de un conocimiento básico sobre el funcionamiento de los medios.

Pareciera con todo, y esencialmente comparando con los otros niveles de uso que no es necesario que el ciudadano-vecino-usuario-consumidor-cliente se convierta en un especialista. El humano común maneja el auto, el freezer, el celular y hasta la propia PC sin conocer más que una pequeña porción de las condiciones de funcionamiento. Es decir, no conoce lo suficiente como para ejercer una relación de dominio operativo. A diferencias de estos artefactos, el sistema mediático se presenta con hermetismos y restricciones fundamentalmente porque su condición de supermediador alienta las conductas crípticas y de cierto esoterismo, aunque para lograr una mejor relación una mayor "intimidad" con las audiencias aparente abrir sus trastiendas a los ojos del público.

Por otra parte, un criterio excesivamente corporativo de "profesionalización" y la consecuente banalidad nacida de la superexposición pública engeñecen a los "comunicadores" y los aislan aún más del público. Su autodefinición ya encierra la naturaleza íntima del hermetismo de los medios. Se que se dirá contra este planteo que la multiplicidad de medios nacidos debilitadas las restricciones legales que operaban hace una veintena de años (proliferación de radios de Frecuencia Modulada, multiplicidad de espacios en los canales de cable, simplificación y abaratamiento de los procesos de producción editorial que alientan la producción de medios gráficos alternativos, etc.) generan una tendencia al conocimiento del funcionamiento de los medios más o menos generalizado. Lo cierto es que los factores de poder generados en la condición de empresas de los medios continúan planteando diferencias entre los medios "grandes", "serios", "profesionales", y los medios alternativos.

Estas diferencias son socialmente percibidas de una manera que parece colocar a estos medios fuera del circuito del sistema mediático como integrantes activos y, en el mejor de los casos los ubican como repetidoras o clones menores. Evidente es, en cualquier caso, que los medios alternativos no tienen ni por audiencia ni por formación ni por comprensión de las reglas de los mercados una forma comparable a los grandes medios que conforman el espacio de la supermediación del que estamos hablando.

Con todo esto como prueba, parece innecesario a esta altura plantear que la extensa cadena de microradios de FM, los programas alternativos diseminados en todos los horarios por las cadenas de cable y las publicaciones de tirada reducida no son capaces por sí solas de constituirse en una ámbito de formación y reconocimiento sobre las condiciones de producción del sistema mediático. Esencialmente porque su naturaleza y sus propias condiciones de producción son diferentes. No digo con esto que

la gente no toma a estos medios en serio. Digo en cambio que no es el asunto de que se trata.

La venalidad en la política equivale así a la banalidad mediática. Los operadores semánticos autodenominados "comunicadores" nos están diciendo que su técnica no traduce y re-produce la realidad sino que la "descubre" para nosotros. Las operaciones técnicas aparecen así ante la sociedad y aún ante los propios operadores semánticos como una develación o revelación de una realidad de otra manera inaccesible.

De manera que lo que parece que habrá de debilitar la relación del supermediador con la sociedad no es una "mala" manera de ejercer la realización informativa de la "realidad" (que es en todo caso realización significativa y por lo tanto con intervención de la propia sociedad) sino el conocimiento vulgarizado de como se ejerce la realización de lo "informativo". No se trata de una mala manera de hacerlo sino del simple hecho de hacerlo.

Si el modelo individual tanto como el social conspiran contra cualquier cambio, el derrumbe se avecina. Todos los factores ya mencionados que propiciarán la caída de los medios de su sitio privilegiado operarán su tarea.

Recordemos y amplíemos: Las razones de esta caída están centradas en varios grupos de factores más o menos organizados.

Primero, las nuevas tecnologías amplían la cultura de la interactividad, la descentralización y el unísono de la producción informativa, esto opera en favor de una contrastación permanente de las fuentes, por otra parte las redes homogeneizan el sentimiento de uniformidad de interés. Esto, ya advertible en escala minoritaria, desviará el interés hacia nuevos horizontes informativos y de entretenimiento cambiando el concepto de industria cultural y, aún más el de cultura de masas. Sé que habrá quienes intenten menoscabar o relativizar la producción de este fenómeno de la mano de las estadísticas. El argumento se centra en la escasa incidencia de las nuevas tecnologías en el grueso de la población mundial. A quienes esto digan les recomendamos la lectura de algunos trabajos realizados por Dan Adasko y Tapio Varis en la que se demuestra como una situación de cuantificación baja resulta de alta calificación en la cultura contemporánea, como inunda el campo de la educación y obliga a readeacuaciones en todos los niveles de las organizaciones.

En igual sentido recomiendo hacer una revisión del carácter contemporáneo, de su decidida inclusión en las nuevas disposiciones de mediación y, extremando el análisis, el carácter de sus relaciones interpersonales debidamente tratados por numerosos autores, ensayistas y psicólogos de este tiempo.

La cuestión central aquí es, la del perfil del nuevo receptor. Nada contradice el hecho de que el receptor-ciudadano de los medios gráficos

tenía, en términos relativos pero ciertos, una relación más o menos "simétrica" con la emisión. Esto implica que, aún precariamente, el sector de recepción conocía los rudimentos de la producción. Quien más, quien menos, estaba en condiciones de "escribir" y de "leer" tanto el texto como sus condiciones de producción. Las nuevas teletecnologías, las modulaciones multimediáticas, etc., nos enfrentan con un receptor en inferioridad de condiciones, pero, y al mismo tiempo, con un área de producción difusa, no tan nítidamente determinada como en el estadio anterior.

Destacar esto es imprescindible para fundamentar las verdaderas razones de la caída del ídolo contemporáneo. Suele emparentarse hoy el concepto de hegemonía de la mediación con el valor credibilidad y, por extensión habrá quienes caigan en la trampa de creer que los medios perderán predicamento y eficiencia en su rol supermediador en la medida en que pierden credibilidad. El error es visible si, y sólo si, se identifica a la credibilidad como un valor modular, acondicionable y performativo, es decir si se lo descubre como un valor fútil, soluble a los cambios de las condiciones contextuales en las que se realiza.

Tanta labilidad e indeterminación de la credibilidad son argumento suficiente como para descartarla por su ausencia de cualquier proceso de cambio profundo de la sociedad contemporánea, especialmente el de la caída de los medios.

La utilidad manda sobre la credibilidad. Lo que necesita ser encontrará su camino de formulación, realización y consagración independientemente de su ajuste a la idea de lo verosímil. La gente, dice el concepto vulgar, cree en lo que quiere. Esta gente, el sí mismo, crea lo que quiere.

Recientemente se ha incorporado a la discusión la cuestión de los neanalfabetismos de la imagen que la nueva disponibilidad tecnológica está generando.

Me parece que sin disminuir la importancia de esta introducción poco agrega para nosotros en lo que se refiere a la tarea pendiente del establecimiento de una nueva relación medios-sociedad. Por otra parte, ya hemos abierto en este trabajo la puerta a la exploración de la pregunta respecto de cómo se democratiza una técnica como la mediática? Me propongo otro trabajo en el futuro inmediato, con utilización de las técnicas de producción mediática que vulgarice los rudimentos de la generación mediática en diversos planos.

Estoy tentado de dirigirla a la faz política del lector, es decir su condición de ciudadano. Si así fuese debiera llevar un título del tipo "Cómo «leer» los medios de comunicación para no dejar de ser ciudadano". Como decir, continuando con mi tarea de ganar amigos. Tal trabajo requiere de una investigación que nos dé pautas de la capacidad de reconocimiento de las audiencias de los mecanismos de producción, de la calidad y variedad de modulaciones que se realizan con la materia prima "real" dentro de los medios de comunicación, de cómo esas operaciones modifican o no, y en que medida las percepciones más objetivables de los "hechos".

Con datos sobre los niveles y la localización de estos conocimientos y estas ignorancias, bien se puede desarrollar un pequeño vademécum de operaciones mediáticas que, sin demasiadas aspiraciones, amplíen el debate sobre como alfabetizar al conjunto social en defensa de su derecho a saber de su relación íntima e inextricable con el sistema mediático.

Entre el segundo grupo de factores reconocidos como disparadores de la caída destacamos el hecho de que los medios de producción centralizada, aumentan el reemplazo de la realidad por los cada vez más menguados espacios de la ficción y agudizan la simulación en un único proceso. Representación y simbolización obligan a una producción permanente de la realidad y de superrealidad. Esto es advertido cada vez con más nitidez. Las cámaras ocultas serán cada vez menos creíbles y los reality denunciados como trucos de producción, como ficciones circenses que irán perdiendo interés. Esto no es una predicción sino mejor una advertencia: los indicios son numerosos y su propagación inevitable. Nuevos medios, en tanto, generan un nuevo orden.

Este último factor de lugar a la tercer grupo de elementos intervinientes en la determinación de la caída de los medios. El proceso de interactividad creciente permeará y transparentará igualando las posiciones de emisor receptor / receptor emisor, secuencia que precipitará además el carácter excluyente de la mediación mediática. Aquí Tapio Varis aporta una descripción que amerita la cita:

"Las nuevas elites de la comunicación hablan con placer de individualidad, comunicación libre e interactiva en lugar de los viejos sociedad y comunicación de masas. No obstante, la comunicación ha sido siempre social y esta característica fundamental no comenzó con la aparición de la sociedad de masas ni terminará con la sociedad de la información. La mayor parte de la comunicación social interactiva puede haberse producido en las iglesias durante miles de años. La libertad y la individualidad serán determinadas por los valores reconocidos por cada cultura.

Una de las consecuencias de la revolución de la información y la comunicación es la introducción de nuevos conceptos. Podemos hablar de mediamorfosis, la transformación de los media tradicionales en otros nuevos. Los viejos periódicos impresos pueden aparecer también en forma electrónica en la World Wide Web, y los libros y revistas tradicionales se están convirtiendo en parte de la edición electrónica.

La televisión o el vídeo se convierten en televisión multimedia, etc. En cierto modo, nos aproximamos a lo que en la obra aristotélica podría llamarse edición esotérica -notas apresuradas e inconclusas de conferencias que caracterizan muchos de los intercambios actuales por correo electrónico- diferenciadas de la edición esotérica, cuidadosamente elaborada y perfilada.

De acuerdo con el planteamiento de McLuhan, los media son extensiones de los sentidos humanos de la misma forma que la rueda es una extensión del pie, y los media modifican el equilibrio interno de los sentidos.

La pregunta fundamental permanece quizá en idénticos términos en los que la formularon Aristóteles y Platón, es decir, cuál es la relación entre los estímulos sensoriales con el pensamiento y el conocimiento humanos. En mi opinión, la Poética de Aristóteles es un excelente punto de partida para estudiar los modernos multimedia.

En esta obra, el filósofo puso de relieve la importancia de la información sensorial y el placer y en la Retórica resaltaba la importancia de conocer al público, cosa también fundamental en la cultura mediática moderna.

Uno de los valores fundamentales de nuestro tiempo es el lucro, pero la sobrevaloración del uso económico puede evitar el hallazgo de la realidad sensorial y espiritual. Quizás también la ciencia organizada, si se lleva al extremo, puede ocultarnos los cambios que se producen a nuestro alrededor y que confiamos en las observaciones de nuestros sentidos. Podemos recordar que las teorías de Tolomeo sobre el mundo eran casi perfectas. Salvo que la Tierra no era el centro del universo y que no era plana.

Aquellos que tienen sensibilidad para percibir la realidad sensorial pueden ser los que mejor expresen la esencia de la era audiovisual. Los artistas son más sensibles para percibir cambios mediante observaciones sensoriales. En realidad, éste puede ser el único colectivo profesional que encare con gran libertad la tecnología de los media. Nadie les fuerza a interpretaciones predeterminadas ni les castiga por el uso que hacen de la nueva tecnología de los media.

En Finlandia hemos comenzado a desarrollar los multimedia con la experiencia de los profesionales del arte, industriales y técnicos, pero en este asunto quizá sea más adecuado ocuparse más del teatro. En Hollywood han llegado también a algunas conclusiones de este tipo.

La sociedad de la información favorece muchos tipos de vulgarizadores del conocimiento, que ofrecen a su público más o menos certidumbre emocional de la importancia de las cosas y de su jerarquía de transcendencia.

Algunos telepredicadores norteamericanos convencen de que en una civilización dominada por los ordenadores es importante disponer de una comunicación basada en la amistad: "La rosa es importante".

El abundantemente citado John Naisbitt afirma, al estudiar las megatendencias, que la civilización de la comunicación sólo puede salir airosa si se combina con un sentido humano. Su lema "high tech, high touch", significa que siempre que una tecnología se incorpora a una sociedad, debe suscitar una respuesta humana igualitaria, un contacto y un sentido de proximidad basado en las inclinaciones naturales del hombre. De lo contrario, se corre el riesgo de que la tecnología se rechace."

Lo de Varis nos deja un camino por recorrer: el del imperio de la imagen y su capacidad de construcción identitaria de la sociedad que se viene.

Lo que Naisbitt augura, en cambio, escamotea una de las partes más perniciosas de este intercambio entre humanidades y tecnologías humanas que nos encaminan a la construcción del ciborg posmoderno del que ya hablaríamos.

Las tecnologías, es cierto, siempre suponen una posterior respuesta humana. Pero una respuesta humana puede ser la no respuesta. Es decir tecnología advertida pero no asumida. Y peor aún, tecnología no asumida y con efectos ignorados. Desde aquí se advierten los riesgos de no acompañar socialmente a los medios en su caída desde el sitio actual hacia el lecho en el que se asentará para cumplir una función más proporcionada.

Las nuevas tecnologías, y las nuevas apropiaciones tecnológicas son fundamentales en la tarea de ampliar el horizonte multiplicado de la comunicación humana. Esto dicho sin euforia, y sin obviar lo que más tienen de pernicioso ese ensanchamiento y esa multiplicación.

Lo ya dicho: una vez homogeneizada la superficie actora de la mediación no habrá contraste ni preeminencia: la realidad mediada y mediable, asequible sólo a través de la multiplicidad de medios dará por tierra con cualquier ilusión hegemónica. Muerta la diferencia y la oposición el proceso terminará agotándose a sí mismo.

Carta Intención II (Coda)

Aspiro a que este material sirva para abrir una polémica que no se está dando en los ambientes de formación de profesionales mediáticos.

Los docentes nos encontramos en un ámbito muy protegido de estas cuestiones o, diametralmente opuesto, demasiado vinculados a la estructura de los medios. Hay que romper eso.

Tan importante la tarea como la de achicar la brecha que nos separa de los alumnos un segundo antes de que se vuelva abismal. Las razones están expuestas desperdigadas por todo el escenario, como al cabo de una función. Máscaras rotas, escenografías movidas, vestuario desbaratado sobre el piso, marcas que están esperando una reconstrucción de sus condiciones de producción para que se vuelvan huellas de algo sucedido.

Todos los días los medios producen la realidad. La cercan con sus posibilidades. La remiten con sus tecnologías. La modelan con su estética. La pronuncian con sus necesidades económicas vinculadas con los ratings y las mediciones. El mundo ingrátido de los medios, urgente y urgido, se señala así mismo como "el mundo" en una pantalla frente a los ojos impávidos de todos.

Nos debemos el esfuerzo de conciliar la inevitabilidad de ese modelo de comunicación con un acercamiento al mundo que producen las entidades reales que no pueden ser abarcadas y definidas por el maquetado de los medios. Nos debemos una comprensión de los efectos de los trabajos que realizamos. Tenemos que identificar esas nociones y ser capaces de transmitir las.

Hace veinte años la propuesta fue la de jerarquizar con formación y científicidad la profesión de periodistas. Llegar a los lugares de trabajo, remodelar los medios desde nuestro quehacer. Muchas cosas sucedieron para que esto fuera posible en parte y en otra parte se frustrara. Hoy la obligación es darle un sentido al arribo que vaya un poquito más allá siquiera de las legítimas ambiciones de realización personal.

Lo digo hoy, un día en el que siento que dentro de muchos medios un trascendido tiene muchísimo más peso de atracción que un intento de trascendencia.

Un esfuerzo por abrir el camino de una ética improbable. Un pequeño esfuerzo antes del cierre de edición.

Bibliografía de Apoyo y de Referencia

Con este listado, quien quiera podrá recorrer las bases (por adscripción, crítica o antagonismo) de algunas de las ideas expuestas en este trabajo, así como reconocer el camino de algunas de mis conclusiones.

Para aceptarlas, rechazarlas o partir de ellas hacia otros rumbos, aquí están todas las madres de La Caída de los medios.

Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo. Fredric Jameson/ Slavoj Zizek . Paidós Buenos Aires 1998.

El cambio del poder. Alvin Toffler. Plaza y Janes. Barcelona 1992

Televisión, audiencias y estudios culturales. David Morley. Amorrortu Editores Buenos Aires 1996

La semiosis social. Eliseo Verón. Gedisa Editorial Barcelona 1996

Ecografías de la televisión. Jacques Derrida y Bernard Stiegler Eudeba 1998

El paroxista indiferente. Jean Baudrillard. Anagrama 1997.

El sistema de los objetos. Jean Baudrillard. Siglo XXI Editores Madrid 1997.

El otro por sí mismo Jean Baudrillard Barcelona 1997

El ocaso de los ídolos. Friedrich Nietzsche Plaza y Janes Barcelona 1991.

Multiculturalismo revolucionario: La cámara de los horrores de Jean Baudrillard Del marxismo a la pedagogía terrorista por P.MCL y Zeus Leonardo. Siglo XXI Madrid 1998.

Historia de los Medios de Diderot a Internet. Frderic Barbier, Catherine Bertho Lavenir. Colihue. Buenos Aires 1999.

Sobre la Televisión, Pierre Bourdieu. Anagrama, 1997.

Educación para la sociedad de la información. Nuevas necesidades, viejas estructuras, Tapio Varis. Internet.

Philippe BRETON, y Serge PROULX: La explosión de la comunicación. Barcelona 1989.

Delgado L., y López Gil M.; La Tecnociencia en Nuestro Tiempo; Buenos Aires. Biblos, 1993.