

Imágenes distorsionadas, realidades adjetivadas. Los medios de comunicación y su papel actual como espacio de exclusión

Distorted images, manipulated realities. Media and their current function as exclusion space

Juan Pablo Zebadúa Carboney

Laboratorio de Estudios Interculturales, Departamento de Antropología Social. Universidad de Granada.
kuadrofenia@todito.com

RESUMEN

En la actualidad, los medios de comunicación masiva tienen una influencia indiscutible, no solo en el campo de lo político y social, sino ahora también en la totalidad de la vida cotidiana. En el presente trabajo se analiza el papel de los medios en la nueva "construcción de las otredades" de la globalización, como punto de partida para una nueva forma maniquea de exclusión, cuando crea visiones sesgadas de la realidad ante el público consumidor. Todo para justificar un estado de cosas visto desde el cómo se construye y dualiza el "terrorismo" como el "enemigo" actual del modelo de vida occidental.

ABSTRACT

At the present time, the mass media have an unquestionable influence, not only in the political and social fields, but throughout daily life. This paper analyses the function of media in the new construction of otherness in the globalization, as a starting point for new form of Manichaeian exclusion, when it creates slanted visions of reality directed at the public consumer. Everything contributes to justify a situation in which the "terrorism" is constructed and given the dual identity as the current "enemy" for the western way of life.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

medios de comunicación | exclusión | globalización | construcción de la diferencia | terrorismo | mass media | exclusion | globalization | difference construction | terrorism

1. Globalización y medios de comunicación

Es la denominada globalización un campo fértil para observar la inercia de los diferentes procesos socioculturales que se perciben como "nuevos". En todo caso, la dialéctica de los contextos hace que cada vez sea más recurrente encontrarnos con situaciones que se distancian mucho de un anterior estado de cosas hecho trizas por los cambios que ineludiblemente se nos presentan día a día.

Mucho se ha hablado de la globalización económica y sus evidentes repercusiones. Pero todavía falta dimensionar otra cara, la del impacto que tiene a nivel cultural y que ha modificado las estructuras cotidianas de las personas en los ámbitos su relación con la realidad inmediata. Es verdad que prácticamente es un hecho la visión de McLuhan y su concepción de la Aldea Global en la cual los medios de comunicación juegan un papel más que relevante, por lo que el contexto en el que vivimos forma parte también del ahora llamado "imperio de los medios" (Abascal y Macías 2005). Como nunca antes en la historia reciente los medios de comunicación habían tenido tanto auge, y sobre todo, poder.

Esto ha hecho que estén presentes en cualquier ámbito de la realidad actual. Es una instancia que define procesos y matiza las realidades de fin de siglo. A la par de la emergencia del poder de los mercados, surge de igual manera la *omnipresencia* de los *mass media*.

De acuerdo a lo observado por Van Dijk (1997), los *mass media* se han convertido no tan sólo en un

poder alterno de los mercados financieros, sino que se erigen en los difusores de su ideología. Son "constructores de ideología". Al mismo tiempo, representan también el espacio cultural para censurar y ponderar lo "bueno" y lo "malo", creando los consensos necesarios para que los intereses agrupados en torno a esa *ideología* se acojan dentro de las esferas de lo cotidiano:

"Lo importante es saber si los medios de comunicación se encuentran entre los arquitectos que llevan cabo dicha construcción o entre los diseñadores de la destrucción. Nos preguntamos si los medios de comunicación en el Norte forman parte esencial de estas fuerzas de dominación o si, por el contrario, contribuyen a la democracia real, es decir, a la igualdad y diversidad étnica, cultural, social, económica y política...a nivel local y en la realidad práctica el rol de los medios de comunicación es menos positivo; con frecuencia se ha documentado que algunos medios exacerbaban por lo menos el etnicismo y el racismo, del mismo modo que lo hacen las élites políticas y sociales que los controlan o a los que tienen un acceso permanente" (Van Dijk 1997: 227).

Los *mass media* promueven las imágenes sociales, que son "los arquetipos que se utilizan para crear (la) realidad y, por tanto, debemos obviar de inmediato los nombres, las fechas, las cifras, todo lo que una historia verdadera quiere colocarnos como cebo" (Perceval 1995: 25), acotadas siempre de acuerdo a intereses que corresponden al *status quo* que se quiere defender.

Ahora, los medios de comunicación son *productores de sentido*; crean lenguajes y discursos que, siendo influyentes en los mundos íntimos y personalizados (hogares, relaciones personales), determinan la vida inmediata de los individuos; concibiendo modas, estilos de comportamiento, usos y costumbres de la comunicación social. Los *media* producen actualmente los escenarios para "ideologizar" la vida cotidiana. Un aparato ideológico que "controla el desarrollo, el cambio y la organización de un conjunto de actitudes compartidas socialmente que, su vez, controla las opiniones sobre los eventos sociales representados por modelos personales de los actores sociales" (Van Dijk 1997: 237). Ello conlleva a que el consenso sobre cualquier evento social gira en torno a los discursos que se erigen como parte del aparato ideológico en cuestión.

El autor ubica como ejemplo la "ola conservadora" que campea en Europa, hecho alentado por la creación de consensos sociales y políticos a partir del impacto de ciertos contextos como es la casi obcecada implantación *democrática* e integración política de Europa Oriental, o la contención de la inmigración como forma de asegurar un *europismo* muy en boga hoy en el lenguaje de la política regional. Pero también dicho consenso fue creado por los *media*, como propiciadores de un ambiente "ideal" para definir las realidades en base a los intereses *suprasociales* que en determinado tiempo se presentan como imperativos (Van Dijk 1997).

En la arena política, los medios tienen el control. Es bien sabido que el impacto mediático sobre el lenguaje de lo político forma parte ya de todo acontecer en ese sentido, desde los procesos electorales hasta la toma de decisiones de lo público. En Estados Unidos, el estado de cosas de la política se dirime en los medios de comunicación. Dice M. Castells: "Los medios audiovisuales son los principales alimentadores de las mentes de la gente en lo que respecta a los asuntos públicos" (Castells 1998: 345), muy por encima de los medios impresos como periódicos o revistas. La gente no lee. Esto es una realidad no tan sólo en Estados Unidos, país en el que es proverbial la escasa o nula atención del acontecer global de sus ciudadanos fijados solo en los aspectos "caseros" de su vida, sino que representa ya una tendencia internacional. Por tanto todo lo que se produzca desde lo audiovisual tendrá un impacto decisivo en la forma de ponderar puntos de vista de las personas con relación al campo de lo político y otras cosas.

De manera particular la televisión es el espacio de la comunicación más importante donde la gente recibe información y forma su opinión, considerándose "la fuente de noticias más creíble" (Castells 1998: 345). A medida que pasa el tiempo, la televisión se convierte en el espacio de información de masas por excelencia, espacio en el que todas las clases sociales están involucradas, además de que es ya un artículo de hogar prácticamente imprescindible en las familias. Esto nos acerca claramente al *homo videns* de

Sartori, y remarca la influencia que tiene en la vida diaria de las personas y a la hora de crear una opinión.

"La televisión ha adquirido una relevancia determinante a la hora de definir las características propias del horizonte cultural. Es el medio que pugna por sustituir a otras instituciones a la hora de precisar los mecanismos de transmisión de valores, pautas y hábitos culturales. Esta condición le podría asignar un valor omnipoderoso ya que es una de las principales instituciones en una 'sociedad individual de masas'" (Marafioti 1998: 307).

2. Los medios y la construcción de la diferencia

Si la globalización es proscenio para la creación de nuevas rutas de *creación de sentido* para las comunidades y las identidades culturales, al mismo tiempo que re-direcciona los hábitos culturales de los individuos, lo es asimismo del apologismo de la diversidad cultural entendida ésta desde una visión política, donde la exclusión es sinónimo de *satanización*, y dualiza cualquier proceso y manifestación sociocultural que no cabe en los cánones adscritos a una supuesta "normalidad" (en este caso occidental). Actualmente, los *mass media* también son un espacio cultural para la "construcción de la diferencia" (Perceval 1995).

En el campo de los medios [\(1\)](#), desde siempre se han precisado con claridad los "enemigos" de las democracias o de los modelos societales occidentales: desde el comunismo de la URSS, el "equilibrio del terror" nuclear, el narcotráfico, la inmigración, y ahora el "terrorismo". Esta "construcción de la diferencia" se ha hecho de manera tan precisa y sistemática que en la vida cotidiana se ha asumido como *moralmente correcto* condicionar lo "bueno" y lo "malo" de nuestro entorno político. De esta manera, los medios de comunicación utilizan la influencia que actualmente detentan para designar las imágenes sociales de la mano del discurso hegemónico del poder.

"Todo es ideológico, es decir, un conjunto de ideas que la comunicación transmite. Todo es manipulación en cierto sentido, en el buen sentido inclusive de la palabra, ya que deseamos con nuestro discurso, con nuestra exposición ideológica, instruir, o informar, cambiar la mentalidad del video-oyente, convencer en suma. Lo ideológico no es hacer ideología sino agitar ante nuestro público imágenes negativas implícitas para variar la opinión del video-oyente a nuestro favor" (Perceval 1995: 33).

Estas imágenes tienen que coincidir con el "ideal" requerido para justificar un orden y, por tanto, la manera de *pensar* políticamente dicho ideal. A continuación cuatro ejemplos para observar cómo se construyen las imágenes del Otro a partir de los medios de comunicación:

a) Terminada la Guerra Fría, Estados Unidos tuvo que buscar un nuevo "enemigo común". Una nación que necesita justificar su fundamentalismo ideológico (basado casi siempre en una vocación bélica) requería de un pretexto para seguir magnificando su cruzada por la supremacía como nación desarrollada. Fue justamente en ese contexto cuando el problema del narcotráfico se inscribe de lleno en la diáspora de intereses de los Estados Unidos. De ser un problema delictivo, percibido de manera localizada, el narcotráfico pasó a ser un problema de "Seguridad Nacional", sustituyendo las políticas de "contención al comunismo" y a la llamada Guerra de Baja Intensidad en los países del Sur (Zebadúa 2001).

En el caso de Latinoamérica, y la expansión de este nuevo enfoque político por parte de los Estados Unidos, el "enemigo común" cambió de denominación y atención. Ya no eran los *románticos* y politizados guerrilleros de izquierda quiénes había que combatir, sino a los grandes capos regionales y sus ejércitos personales quiénes, se decía, con una labor sistemática de producción y distribución de droga a nivel mundial, prontamente se convertirían en una especie de "enemigos públicos" de todo el hemisferio.

De esta manera, los medios de comunicación emprendieron la realización de un discurso colocando en el debate la *culpabilidad* de Latinoamérica en la producción de droga que entraba sistemáticamente a los Estados Unidos, Colombia en primer plano. Los medios de comunicación proyectaron la imagen de una región incapaz de contener el narcotráfico, por lo que había que prestarle ayuda logística y, desde luego, policial-militar, justificando la nueva intervención regional (2) en los países donde el flujo del narcotráfico es notorio.

Con el mayor consumo de estupefacientes a nivel mundial, no es difícil observar que ningún capo del narcotráfico estadounidense haya sido capturado dentro de su territorio, conservando así esa doble moral que caracteriza a esa nación cuando se trata de, primero, calificar lo bueno y lo malo fuera de su territorio, pero que, segundo, cierra los ojos cuando todo ello toca a su propia realidad.

También es importante recordar que una de las justificaciones determinantes a la invasión de Panamá en 1989 fue el "papel del narcotráfico" en el gobierno de Noriega, lo que nunca fue comprobado del todo. En cambio, mediante los modelos de ayuda gubernamental, que en el papel se advierten como de asesoramiento, capacidad logística e infraestructura militar, la intervención de Estados Unidos hacia Latinoamérica sigue siendo más que evidente.

b) Otro ejemplo aparece en los Juegos Olímpicos llevados a cabo en Atlanta 96. Juan Antonio Samaranch, presidente del Comité Olímpico Internacional, aludió en la inauguración del evento a la cruenta guerra civil de los Balcanes y dedicó el acto -bastante solemne, como metáfora de un propósito de paz universal- a la incipiente paz de Bosnia-Herzegovina. Pero no mencionó, ni por asomo, a la increíble matanza perpetrada en Ruanda, África. En el límite de convertirse en un etnocidio, en ese país fueron asesinados poco más de millón y medio de personas en poca más de un mes. Pero no es Europa, por lo tanto no mereció atención internacional. En ese mismo evento, la pequeña delegación israelí se llevó grandes aplausos, no así los países islámicos. Al fin y al cabo, Israel es aliado estratégico de Estados Unidos y por tanto también parte de la "mayoría occidental".

Un acontecimiento como los Juegos Olímpicos, transmitido a millones de personas alrededor del mundo, y donde, en teoría, es el único evento deportivo en el que pueden participar todos los países del orbe, se convierte en un espacio de determinante relevancia mediática, por lo que todo el efecto simbólico que se produce ahí es un indicador del cómo se quiere edificar el "sentido del mundo" (vertical, excluyente, de corte occidental) además de las grandes repercusiones del discurso de los medios entre la población mundial.

c) Una ojeada al pronóstico del estado del tiempo del periódico *New York Times* nos remite a los que para Estados Unidos es el planeta: se ve al "mundo" únicamente Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y Alaska), Europa y Japón. Lo demás es inexistente, ni siquiera como datos acumulables en el índice financiero del Dow Jones. Esto bien se puede observar en cualquier periódico de Europa o de los países "desarrollados"; asimismo, si se cuantificaran las noticias de los periódicos que se relacionan con "el Sur" sobresale que todo gira alrededor de las tragedias naturales, guerras, o situaciones de crisis y/o conflicto que de cualquier modo sesga y margina las realidades del mundo.

d) En los atentados al edificio público de Oklahoma, Estados Unidos, donde perecieron cientos de civiles, la CNN y la Cadena Fox, rápidamente emitieron entrevistas a académicos "especialistas" en el tema, la policía y personal de la *intelligentzia* de los aparatos de la seguridad del país, que concluyeron que, por sus características y contundencia, el atentado había sido obra del "fundamentalismo musulmán". Después, cuando los medios presentaban a Timothy McVeigh, héroe de guerra, condecorado en la Guerra del Pérsico, como uno de los dos autores materiales e intelectuales, no hubo el mismo trato de *demonización* hacia un ciudadano estadounidense que al inexistente terrorista musulmán.

Anteriormente los medios de comunicación eran considerados el elemento de mediación, en términos de Althusser, de los *aparatos ideológicos de Estado*. En la actualidad no sirven ya a éste sino a un conjunto de ideas y concepciones que se han convertido en la ideología del poder global y, por tanto, también en

una ideología de la exclusión.

3. El 'terrorismo' como paralelismo de la otredad

Los *mass media* son el "aparato de pensamiento" propicio para designar roles y maneras de percibir el mundo. Se observa que el quehacer cultural de las sociedades modernas pasa por su aduana ideológica; la formación de una "opinión pública" puede ser ahora tan decisiva para definir el sentir de los ciudadanos y parcializar la dinámica y el hacia *donde se quiere* ir en la vida cotidiana de las personas.

Los sucesos del 11 de septiembre que, al igual que la primera Guerra del Golfo, fue un conflicto dirimido en y por los medios de comunicación. Con su anuencia y aprovechamiento de la influencia y poder que tienen, la avalancha de información vertida en torno al ataque en contra de los Estados Unidos ha creado otro mundo bipolar y por ende una nueva "guerra moral y justa" en contra de lo que no está, hoy día, en la misma línea "histórica" con el contexto social, económico, político y cultural de la globalización. En un abrir y cerrar de ojos nos encontramos con que la "maldad" está de nuevo encarnada en un grupo, religión, cultura, civilización que no encaja en los patrones de desarrollo mundial impulsado por occidente. Todo esto se llama terrorismo musulmán, por el que en su contra se ha iniciado una nueva cruzada militar encabezada por Estados Unidos y enteramente validado por la parcialidad e inmensa carga ideológica de los *mass media*.

No nada más en el ataque a la ciudad de Nueva York puede manifestarse el grado de influencia de las elites económica-política sobre los medios de comunicación, sino en las maneras de entronizar "una visión única" como la panacea del capital mundial que representa una diáspora de intereses que surgen desde dichas élites. En palabras de Van Dijk:

"el papel de los medios de comunicación en la situación general social y política nos sugiera que al parecer los medios de comunicación se han puesto de lado de los poderosos. Existe evidencia creciente que indica que, de este modo, los medios de comunicación han contribuido a la producción y reproducción del dominio económico de los mercados neoliberales, blancos, occidentales, y del norte y de una mentalidad cultural de hegemonía política y marginación social" (Van Dijk 1997: 130).

Pero este escenario es sólo uno de los propicios para dimensionar el poder de los media. La "lucha antiterrorista" hoy día es uno más de los ejemplos visibles, pero no debemos dejar de lado que se parte de un complejo ideológico donde el poder mediático se extiende a la norma instituida del resto de la sociedad; entonces, la exclusión es permanente y determina las realidades inmediatas cuando el contexto de la elaboración del discurso del poder lo requiere.

En la guerra de Irak, estamos nuevamente ante un *estruendoso silencio* de los medios. En general, han tomado partido puesto que el retrato de la guerra -sin consenso internacional, ni de la ONU, y justificada a base de mentiras- es verdaderamente parcial; pareciera que existe una verdad "políticamente correcta", a la que no se discute, la que no permite asomo de duda porque pertenece al "mundo occidental". Lo distinto, lo que no cabe en el molde, es "terrorista". Ignacio Ramonet observa al respecto: "prestigiosos diarios como el *Wall Street Journal* *Washington Post* o el *New York Times* siguieron la pauta que marcaba una administración que quería la guerra a cualquier precio" (NDA 2005). No importaba la justificación, o más bien, lo importante era *crearla*. Una vez sabida la nula existencia de las ya míticas "armas de destrucción masiva" (la gran causa para la invasión a Irak), lo fundamental era seguir manteniendo el ánimo nacional y el estado de cosas para afirmar "lo justo" de la guerra.

Los niveles de *marketing* en torno a lo que se emite por televisión se miden por la *espectacularidad* de los acontecimientos, no por la *contundencia* de los hechos. Después de la invasión, la Guerra de Irak ya no vende y la intervención militar estadounidense se emite ahora como un suceso "sin emoción" como se enuncia en la lógica del *rating* en cualquier empresa periodística. Pero no sucede así cuando se trata de

otros sucesos de la guerra, como por ejemplo, los actos cometidos por algunos combatientes de la resistencia iraquí. Cuando aparecieron las primeras escenas de las decapitaciones, los calificativos mediáticos fueron determinados por la impresión pública de la "barbarie" cometida por dichos actos. Acto seguido, la repulsa de la "opinión pública" fue general. Pero al mismo tiempo, también proyectaban imágenes de las muertes civiles ocasionadas por balas británicas y estadounidenses, o puntualmente donde la aviación estadounidense bombardeaba una fiesta de boda iraquí confundiendo con un santuario de "terroristas"; el resultado fue la muerte de todos los asistentes, incluyendo los músicos y los novios. Pero eso no fue adjetivado como "acto de barbarie", ni como "asesinato", ni siquiera como "terrorismo de Estado".

"Frente a una violencia homogénea, sólo concebible asociada al aparato político y a la lucha por la defensa y la conquista del Estado, una violencia heterogénea, dispersa, caótica, errática, episódica, primaria, animal, asociada a todas las formas concebibles y hasta inconcebibles de alteridad: violencia terrorista, criminal, demente, enferma, étnica, instintiva, animal; violencia informal, poco o nada organizada: bomba casera, cóctel molotov, arma de contrabando, puñal, piedra, hacha, palo, veneno, puñetazos, mordiscos, patadas... De hecho, esa es la violencia que parece interesar de manera exclusiva a los sistemas mediáticos, ávidos por proveer al gran público de imágenes estremecedoras de las consecuencias de la desviación, la anormalidad y la locura" (Delgado Ruiz 2002: 130-131).

La guerra se ha vuelto un lugar común. En la batalla de Faluya hubo cientos de muertos civiles, y tampoco los medios han tenido real interés en mostrar un suceso que, simultáneamente, se ha convertido en un conflicto bélico de "salvación de un país" a una guerra de ocupación neo-colonial. Decenas de iraquíes mueren casi todos los días, y una sola baja del ejército de Estados Unidos, cuando se filtra del cerco informativo del Pentágono en complicidad con los grandes medios de ese país, es ponderada como noticia. ¿Existen "muertos de calidad"?, es el mismo silencio mediático del atentado a las Torres Gemelas en Nueva York, cuando la amplia cobertura a los fallecidos en los ataques fue notoriamente desigual a las víctimas -también civiles- en Afganistán.

"En los medios de comunicación y en los discursos oficiales que "condenan la violencia", no se habla nunca, por supuesto, de la violencia tecnológica y orgánica, aquella que se subvenciona con los impuestos de pacíficos ciudadanos que proclaman odiar la violencia. No mencionan la muerte aséptica, perfecta, y en masa de los misiles inteligentes, las bombas con uranio empobrecido o de los bloqueos contra la sociedad civil. No hacen alusión a las víctimas incalculables de la guerra y la represión política" (Delgado Ruiz 2002: 130).

Aparte de todo, en Estados Unidos continúa la conducta de parcializar las noticias e imágenes a fin de no sensibilizar negativamente al pueblo. Apenas ahora tímidamente comienza en estos -los medios de comunicación más "liberales"- un debate sobre las consecuencias de la ocupación, pero la realidad es que desde los atentados del 11 de septiembre la consigna de los "halcones" del poder ha sido la de homogenizar la "opinión pública", ponderarla como "estratégica" o "patriótica" y así mantener a los ciudadanos al margen de una visión crítica sobre una guerra fincada en mentiras políticas, que ha costado miles de millones de dólares a Estados Unidos, además de dejar ver el fracaso [\(3\)](#) de una invasión que se propuso como salvación democrática mientras las bajas civiles y militares aumentan dramáticamente. Quizá eso decidió la reelección de George W. Bush como presidente del país.

Notas

1. Esto es, antes de los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001, puesto que después de los ataques a la ciudad de Nueva York la noción del Otro se convirtió en una situación de emergencia y de un pretexto para volver a colocar al mundo en una disyuntiva nuevamente bipolar.

2. Ello generó políticas injerencistas al respecto, como la denominada "certificación" de Estados Unidos a los países que en sus territorios se produce droga a gran escala. Esta consiste en dotar de ayuda económica y logística a los países latinoamericanos para ayudar a combatir su producción, pero quien no logra tal certificación queda en evidencia para Estados Unidos cerrando el cauce para otro tipo de tratado económico y político de corte bilateral.

3. Torturas en campos de prisioneros, el enorme costo económico de la guerra a costa de la economía casera, una resistencia iraquí cada vez más extendida y mejor organizada, estancamiento estratégico militar o vietnamización del conflicto, atentados suicidas todos los días, inminencia de una guerra civil-religiosa entre chiíes, suníes y kurdos y elecciones bajo una guerra de ocupación.

Bibliografía

Abascal y Macías, Rafael

2005 "Mediocracia: El imperio de los medios", en Internet:

<http://www.lacritica.com.mx/index.php>

Castells, Manuel

1998 *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.2: El poder de la identidad*. Madrid, Alianza.

Delgado Ruiz, Manuel

2002 "Estética e infamia. De la distinción al estigma en los marcajes culturales de los jóvenes urbanos", en Carles Feixa *et al.*, *Movimientos juveniles en la Península Ibérica. Graffitis, grifotas, okupas*. Madrid, Editorial Ariel: 115-143

Marafioti, Roberto César

1998 "La educación en juego y el juego televisivo", en Humberto Cubides *et al.*, *"Viviendo a toda". Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá, U. Central / Siglo del Hombre: 307-326

NDA

2005 "Entrevista a Ignacio Ramonet", *Eccus*, periódico universitario (Granada), 14 de febrero de 2005, n° 212: 6-7.

Perceval, J. M.

1995 *Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación. Una perspectiva histórica*. Barcelona, Piadós

Van Dijk, Teun A.

1997 *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona, Piadós.

Zebadúa, Miguel Ángel

2001 "El ejército y la cuestión chiapaneca", en Olivia Gall (coord.), *Chiapas, sociedad, economía, cultura, política*. México, UNAM: 197-216

Publicado: 2005-06

