

La palabra acallada. Medios de información y soberanía. ¿La veracidad rendida?

MIGUEL ALBERTO GONZÁLEZ GONZÁLEZ¹

Recibido el 28 de julio de 2011, aprobado el 20 de septiembre de 2011.

Resumen

Las democracias contemporáneas, por no decir, modernas, han venido confabulándose con los medios de comunicación, los unos y los otros se soportan, al fin de cuentas hay una simpatía común, las democracias por expandir una buena imagen y los medios de comunicación por hacerse a los jugosos contratos, los vínculos son mediados por el dinero, la sociedad es el pretexto, la coartada y la información entregada es el camino para sus fines.

Los que se oponen al poder terminan siendo acallados con prebendas y en las contiendas electorales nunca se establece cual es la verdadera filiación política de los medios; al fin de cuentas, sus informaciones disfrazadas de democráticas esconden la verdad, puesto que, en la mayoría de los países los dueños de las grandes cadenas informativas son “prestigiosos políticos” o “filántropos perdidos en el dinero”.

En la discusión queda por desenmascarar el contubernio que, cada vez, es más evidente: poder-medios de comunicación, y la democracia es el medio, el fin no ha cambiado: hacer un negocio con la información para privilegiar a los mismos. Las fronteras y panoramas entre medios de comunicación y las democracias contemporáneas pasan por diversos dramas éticos que se tratan de visualizar, sin que ello implique una condena o absolución. La educación, por no decir la filosofía, como en muchos otros casos sigue anestesiada, a veces, parece comprada porque sus voces no se escuchan; “el silencio otorga” reza un refrán callejero.

Palabras claves. Comunicación, contemporáneo, democracia, ética, frontera, poder, filosofía, medios de comunicación, desmesura.

1 Miguel Alberto González González. Docente e Integrante equipo de investigación Maestría Universidad de Manizales; Director Revista Plumilla Educativa Universidad de Manizales; Director Publicaciones, Ipecal, México; Licenciado en filosofía y letras de la Universidad Santo Tomás; Magister en Educación-Docencia de la Universidad de Manizales; Doctorante en Conocimiento y Cultura Latinoamericana-IPECAL-México; Doctorante en Ciencias de la Educación Universidad Tecnológica de Pereira. Libros publicados. Amores prohibidos de Kalkan, 1998; Analectas de la caverna, 2004; Horizontes humanos, 1999; Umbrales de indolencia, 2010; Resistir en la esperanza, 2011. Tiene textos publicados y ponencias en diferentes países de Iberoamérica. Manizales-Caldas-Colombia. Ponente en Chile, Argentina, Colombia, Costa Rica, México, España. Correo electrónico: miguelg@umanizales.edu.co, mgcaronte@me.com

Abstract

Contemporary democracies, but not to say modern, have been plotting with the media, the ones and others are supported, in the end is a common sympathy, democracies to expand a good image and the media for taking to lucrative contracts, the links are mediated by money, society is the pretext, an alibi and the information given is the way to their ends.

Those who is against the power, finish being silenced with gifts and in the electoral fights, never it settles down what is the true political connection of means; to the end of accounts, their information disguised of democratic hide the truth, since, in the majority of the countries the owners of the great informative groups are “prestigious politicians” or “philanthropists filled with money”.

In the discussion it is to unmask the conspiracy that, every time, is more evident communication power-means and the democracy is the means, the plan has not changed: to make a business with the information to privilege to the same persons. The contemporary borders and panoramas between mass media and democracies happen through diverse ethical dramas that are trying to visualize, without it implies a sentence or acquittal. The education, for not to say the philosophy, as in many other cases, follows anaesthetized, sometimes, seems bought because their voices are not heard, “silence is consent” reads a proverb street.

Keywords. Communication contemporary democracy, ethics, border, power, philosophy, media, excess.

La desmesura

Soy desmesurado cósmico. Las piedras, las plantas, las montañas me saludan; las abejas, las ratas, los leones y las águilas, los astros, los crepúsculos, las albas, los ríos y las selvas me preguntan.

Vicente Huidobro.

La desmesura nos llegó en todas las formas posibles, en las religiones, en las políticas, en las estéticas, en la educación, en la ciencia, en la guerra, en la tragedia, en la felicidad, en la política de Estado, en la democracia y claro, nos acorraló, en los medios de comunicación.

La desmesura cósmica que nos canta el poeta es la de abrirse, la de aprender a escuchar todo lo que nos rodea, a no negarle el saludo o la palabra a nadie o, a nada, por pequeño o insignificante que se nos figure; en esencia, el llamado es un apremio cósmico.

Huidobro no da treguas, no permite otra interpretación: la igualdad no es suficiente con nombrarla, hay que llevarla a la práctica. Esa igualdad es la que siempre deberán preguntar-

se los medios de comunicación y las democracias; son interrogantes dramáticos porque son demandas éticas de la existencia, no de la metafísica.

Ahondar en las desmesuras de los medios de comunicación, querer explicarlas, no sólo pasa por estudiar a los individuos hay que recurrir a las experiencias colectivas como explica Elías (1994, 42) al referir que “la expectativa de un tipo específico de explicación no se debe a una experiencia personal de un individuo, sino a las experiencias colectivas de un grupo completo a lo largo de varias generaciones”. No una respuesta sino un interrogante el que se presenta, ¿cuándo no hemos sido desmesurados? No basta construir un discurso contra otro discurso, si la desmesura se encuentra en el mismo lenguaje.

Las palabras enrarecidas

Guillaume Apollinaire indicó, “conozco el sentido de las palabras y hasta las invento”. Abordar el significado de las palabras no asegura que haya claridad sobre el sentido de las mismas, es decir conocer el significado de una expresión no indica que se tenga claro el sentido de la misma. Los diccionarios dan cuenta del significado, pero el sentido es una acción humana que se enfrenta a sus propias lógicas, por así decirlo, a su mundo vital lingüístico. Ahora, avanzar en la idea de crear palabras que convoquen nuevas imágenes o metáforas es una facultad de los poetas, lingüistas, pero es muy poco probable que en los medios de comunicación se den esos acontecimientos humanos, más bien, en sus afanes informativos-comerciales desgastan y demuelen el lenguaje, lo reducen a propaganda, a comercial.

No es descontextualizado lo que plantea Zemelman (1998, 157) cuando afirma que “el lenguaje no puede ser exclusivamente un entramado de afirmaciones -discurso-, sino un puente entre lo que se dice y la realidad como posibilidad de construcción determinada”. Esa pretensión de construcción de realidad, no de invención sino de adecuación, es la que se ha perdido por la exuberancia de datos que entregan los medios de comunicación, por ello se crean realidades ficticias que, en el más de los casos, avalan las democracias, al fin de cuentas, aprendieron muy bien a mentir para ocultar verdades.

Antes que nada, los medios de comunicación en las democracias modernas de occidente y es probable que en oriente ocurran situaciones similares, cumplen variados roles, pero el más importante es el de no permitir que la verdad se escabulla por una esquizofrénica manipulación; sin embargo, a veces, cumplen el cometido a medias, en otras se pierden en la retórica de la burocracia o en las redes del poder que ellos mismos representan, no sólo se pierde la verdad sino que se manipulan las mentiras.

Nos dice Kung que la ética, en cuanto reflexión sobre el comportamiento del hombre, casi siempre ha llegado demasiado tarde: con frecuencia la pregunta sobre la licitud surge después de haber pasado ya los hechos. A la sombra de éste teólogo, advertidos estamos y, para desgracia, hasta disculpados, porque al llegar tarde la acción ética, todo es permitido para los medios de comunicación y para las democracias que aprendieron la lección con bastante anterioridad

Así las cosas, se visualiza una especie de eterno retorno de la manipulación de la información; antes lo hicieron los juglares, las religiones o los militares quienes informaban a su amaño sobre la verdad de los hechos; sin embargo en esta modernidad etérea del tercer milenio, las geometrías de la desinformación se mantienen, las palabras enrarecidas casi hasta el infortunio.

La democracia relatada

Repetidas veces las democracias —representadas en el Estado— se solazan cuando la prensa promueve sus magras gestas, cuando informan lo que el poder quiere decir, pero se duelen, en el instante que se emiten datos que comprometen el accionar de sus burocracias, porque si algo se aprendió en las denominadas democracias modernas fue el manejo de la información, copiaron a los regímenes arbitrarios para adoptar la estratagema informativa, tanto así que se tienen oficinas de prensa dedicadas a limar asperezas y a limpiar el “buen nombre” de los funcionarios que, en nombre de la democracia todopoderosa, legislan; ese es el ilustre fracaso de cualquier democracia.

Democracia viene del griego *demos* que es pueblo y *cratos* que significa poder. A ojos descubiertos, democracia es el poder del pueblo que en sí viene siendo una idea romántica del poder. El pueblo, por más que discutan filósofos o políticos, es una masa amorfa que no tiene cohesión. ¿Cuál es el poder de lo inconexo? De ahí, la dificultad de abordarlo y comprenderlo. Platón, en sus diálogos o monólogos de Sócrates, destacó que la democracia era la menos mala de las formas existentes para gobernar a los pueblos; aún hoy parece creíble la expresión, lo que no implica que sea cierta. Además, la democracia desde sus inicios fue excluyente, esclavos, mujeres y extranjeros no participaban de la democracia ateniense, así como en pleno siglo XXI, los inmigrantes o ilegales no gozan de la misma democracia que los connacionales, lo cual se puede verificar en las comunidades españolas, francesas, inglesas o norteamericanas.

Agnes Heller explica que toda definición es, al mismo tiempo, una separación. Esto ya pone en dificultades las definiciones sobre democracia, puesto que separa aquello que no es democracia o, quizás por comparación, en su opuesto, circula aquello que la democracia no ha sabido resolver. Ahora bien, la democracia es la nueva dictadura del siglo XXI, parece que hemos pactado, o nos hemos dejado con-vencer que sólo la democracia es la salida digna de los pueblos como fórmula política; eso lo certifica Estados Unidos en la última década queriendo imponer democracias con militares o apoyando con democracia las dictaduras, lo imperdonable es que tenemos muchas fórmulas para salir de la redada, pero no atinamos al diagnóstico.

La democracia tiene un plano del discurso y uno de la construcción; lo complejo es que la construcción no siempre es democrática, lo cual permite a los medios de comunicación instalarse en el poder, por no señalar que son el poder mismo. Cierta tristeza y quebranto produce ver los contubernios entre democracias y medios de comunicación de una parte y, de la otra, la debilidad de la comunidad para enfrentarlos; tal vez por ello el pensador chileno Zemelman (2007, 14) advierte que “debemos buscar en la debilidad y sus inercias protectoras aquello que pueda trascender la tristeza y el quebranto”. La crisis organizativa de las democracias, de ser una forma de dirigir, habrá que buscársele sus inercias, pues da la impresión de que no hemos logrado comprender la desorganización como un estilo de poder.

Hay crisis organizativa en las democracias que, en la mayoría de los casos, impide visibilizar el paisaje, una bruma que impide penetrar la mirada. Su fortaleza es la desorganización. Aunque no es el propósito, pero si a modo de avanzar un tanto en el concepto de desorden, la Teoría de los Sistemas de Bertalanffy algo nos pueden sugerir. En los sistemas abiertos

complejos existen diez principios, uno de ellos es el de la *abundancia organizacional* que se destaca por un desorden superficial y un orden profundo; por tanto, Ibáñez (2008, 131) expone que “los sistemas abiertos poseen un número elevado, pero finito, de elementos... es decir, tienen tal abundancia de elementos, de interacciones y de orden, que parece, pero no es, desorden”. La gran cantidad de elementos que existen en las democracias y en los medios de comunicación los tornan en sistemas abiertos complejos que lucen con algún desorden que no logramos comprender; todo indica que a la ciudadanía le corresponde soportar ese desorden superficial, mientras que las democracias y los medios de comunicación cohabitan en un orden profundo.

Apurando los conceptos, es probable que el efecto mariposa venido de aquellas indagaciones climáticas por Lorenz, también nos aporte a esta discusión, donde se sintetiza que el aleteo de una mariposa alcanza para desencadenar una tormenta en el lugar menos esperado. De tal suerte que el ruido de un micrófono o las sensaciones que dejan en el cerebro una imagen, pueden desencadenar un ciclón o un torbellino de dinero para los medios de comunicación; las democracias, no ajenas al efecto mariposa, saben diseñar tempestades, ruidos informativos para esconder un problema o situación social, sus aleteos de mariposa, permiten esconder una realidad, generan desorden para esconder el verdadero desorden y así conservar su orden.

Sugiere Kung que se debe pasar de una democracia jurídica-formal a una democracia viva que garantice la libertad y la justicia. Sin menoscabar lo existente, si es cierto que para dar el salto libertad-justicia se requiere desenmascarar a la democracia y sus estatutos, romper los mitos de unas desmedidas solidaridades que afectan a la sociedad, que impulsan la segregación para consolidar unas democracias de la exclusión, en cierta desilusión; tal vez, por ello fue que Borges expuso que la democracia es una superstición muy difundida, un abuso de la estadística y el Rey Carlos I de Inglaterra, antes de su ejecución, dijo que la democracia era una broma griega.

La mismidad

De golpe, lo idéntico es aquello que no se diferencia de lo que encuentra en su repetición, ser idéntico es no copiar ni redundarse; es la mismidad; es ser fiel al concepto, así éste sea lo ideal, puesto que las definiciones describen el objeto y le adjudican cierto deber ser, le demandan un futuro, un devenir para que siga siendo lo que la mismidad exige.

Dentro de este marco, las democracias han caído en unas crisis de identidad por el exceso de regulaciones a la libertad, por el aumento de restricciones a los inmigrantes; en cambio, existe laxitud con la corrupción, la aceptación tácita de que todo es vendible o comprable, la apropiación de material bélico para defenderse y, por último, la manera descarada de relacionarse, de cohabitar con los medios de comunicación, ese estar con la prensa es una especie de pactada autoprotección.

La democracia, más evidente en Sur América y algunos países africanos donde se práctica, se ha restringido al evento de votar, de poder participar en la elección de sus dirigentes; acto que no es suficiente para calificarse como democracia, a lo cual sugiere Boaventura (1998, 331) que “La renovación de la teoría democrática se basa, ante todo, en la formulación de

criterios democráticos de participación política que no confinen ésta al acto de votar”, y al acto de maquillar la información que se presenta a la comunidad podría ser la continuación de la idea venida de este pensador brasileiro. Por así exponerlo, se ha politizado —pauperizado, mediatizado—, todo lo que rodea a los estados que dicen estar gobernando bajo preceptos democráticos.

Contemporáneo

Todas las épocas tienen su contemporaneidad. Lo contemporáneo es algo que pasa en un mismo sitio o es común a un grupo social, cuyo referente es el tiempo, en relación con lo que nos rodea. Ser contemporáneo es estar en la misma línea temporo espacial de otros. Viene del latín *contemporaneus*, *contemporalis*; *con* indica al mismo y *tempus*, tiempo. También se llama contemporáneo a quien da cuenta de la historia o sobre los hechos de su tiempo. Lo que se vive o, mejor, se pacta entre las democracias modernas y los medios de comunicación, debe ser una preocupación de cualquier sujeto que se sienta contemporáneo, que le duela esa curiosa relación que, a ratos, empantana la verdad y maquilla la realidad.

Zemelman dice en el texto *Voluntad de conocer*, que al no tener conciencia de que se está dando un desajuste entre la teoría y la realidad que se pretende denotar, resulta que terminamos inventando realidades. Visto así, es una denuncia que el hombre no puede esquivar, puesto que lo contemporáneo implica dar cuenta de una época, de un momento social que tiene espacio y tiempo. De tal suerte, que para dar cuenta de las relaciones entre las democracias y los medios de comunicación, se precisa reconocer el desajuste entre teoría y realidad, para no terminar aceptando realidades inventadas que muy bien lo aprendieron a fabricar las democracias y los medios de comunicación contemporáneos -verifíquese los últimos dos siglos.

¿Qué es comunicación?

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, es la transmisión de significados entre personas, máquinas y grupos sociales, cuyas clasificaciones dependen del mundo vital de cada persona. Comunicar es poner las ideas en común y para ello se requiere la concertación de unos códigos compartidos y conocidos entre las partes. La comunicación es posible cuando los mensajes están filtrados de los ruidos y de aquellos obstáculos que la interfieren.

Esta definición que aparece en diversos textos y cuyo nodo central es la interacción, no resuelve las inconsistencias venidas de los excesos, puesto que la democracia consagra la libertad de información, pero ésta termina siendo encerrada y, en sus movimientos de defensa, acorralada por el sistema. Ambas, democracia y comunicación, confluyen en un juego de poderes donde la verdad es la primera sacrificada.

¿Qué se comunica?

Se comunica aquello que le conviene a un poder, bien al político, al económico, al educativo, al religioso, al judicial o al de los mismos medios descendientes de los tentáculos de la economía, que, a intervalos, lucen perdidos, pero siempre vigentes e influyentes.

Los medios de comunicación masiva como la radio, la televisión, la prensa y la internet, tienen tantas aristas como la vida misma; en ocasiones el poder político los pretende utilizar para sus fines, para entregar información que siempre conserve la imagen, que mantenga un contacto con la comunidad en ideales de inocente asepsia; en otros momentos, estos mismos medios de comunicación aprovechan los desafueros de algunos políticos para avivar la discusión en torno al quehacer del hombre público, entonces, el caleidoscopio da un giro para tildarlos de amarillistas e incluso de manipuladores. Estos vaivenes informativos tampoco los hemos comprendido en su extensión, no son más que circo para el pueblo.

En semejante desorden -¿debilidad o fortaleza?- que abarca muchos espacios, no es extraño encontrar periodistas haciendo apología al delito, presentando pormenorizadas biografías de hombres poco éticos y, en extraña componenda, escondiendo o desconociendo las acciones heroicas o, para no exagerar, sinceras de algunos desconocidos. ¿Qué te importa estrella la oscuridad? (Nietzsche, 2006, 31), es la moral del poder, es la moral del dinero, es la moral del progreso, es la moral del príncipe; es una moral que saben aplicar muchos emporios de la información.

La imagen es un lenguaje eficaz en la comunicación. ¿Cuál es el papel de la imagen sobre la realidad? ¿Qué realidad está nombrando? La semiótica mucho nos puede aportar, sin embargo no podemos desconocer que la imagen está en movimiento, por lo tanto, siempre deberá ser consultada y analizada. Lo que se comunica en la imagen, muchas veces, es más incidente que elaboradas frases o arengas de algún grupo político en gestación, pero tampoco se puede caer en la dictadura de la imagen; ahora bien ¿cuál es la imagen que se tiene de democracia y medios de comunicación? Se establece que los medios de comunicación son medios de manipulación al servicio de quienes detentan el poder y que el concepto de *mass media* se crea para los trabajadores, es para el obrero como López (1996, 79) explica “Comunicación de masas es para los trabajadores asalariados que necesitan ser uniformados en su manera de pensar”. Esto merece páginas completas, pero es suficiente decir, amparado en lo anterior, que los medios de comunicación trabajan para el poder y para ello hay que agotar la capacidad de pensar y, por ende, de protesta de los asalariados.

¿Qué se comunica en la educación?

El interrogante se puede complejizar, ¿cuál es la democracia de la pregunta? Es curioso que la democracia pueda entrar en contradicciones desde la academia con formas tan precarias de interrogar; el hecho mismo de dirigir una pregunta a una persona o grupo humano puede violentar los principios democráticos. ¿Acaso la impunidad existe en las formas de cuestionar? Las respuestas más que políticas o académicas han de ser éticas-estéticas frente a la vida, esto para ir en pos de los primeros balbuceos.

De buena gana, aún por demostrarse, en la educación se comunica el saber construido —teorías, epistemes, prácticas—, la historia de una nación, la biografía de un héroe, los mitos, las farándulas y, cuando no, se hace hincapié en la tradición cultural. En términos generales, en la educación se informa o se transmite la misma información a la masa de estudiantes para uniformar la manera de pensar, aspecto que muy bien conoce el poder. Quizás por ello, en el proceso de formación existe un tácito convenio para recordar el pasado, cuyos cuestionamientos son escasos, lo que importa es repetir o reverenciar, por tanto, no se evidencia mucha prognosis y sí bastante artrosis lingüística. A esto el

pensador Calvo (2008, 357) nos dice que “cuando nos escolarizamos, es decir, cuando nos instruimos, la palabra nos aguarda para repetir las palabras celosamente guardadas en los textos de estudio y que hemos dicho muchas veces”. Vaya razón para la educación y sus formas de comunicar.

La escuela y la universidad sabe comunicar el pasado, hacen un enorme esfuerzo por mantener la tradición del sistema, la inmovilidad del docente y los vicios del sistema, entonces, la democracia se define, pero no adquiere sentido en el aula, por lo cual, se llega a restringir la democracia con el acto de votar o con la facilidad de expresión, quedando por fuera su auténtica teoría y su urgencia de práctica.

Sábato en el texto *Antes del fin* indica que los jóvenes no comen o vomitan los alimentos y que no muestran ganas de vivir, entre otras “por cumplir con el mandato que nos inculca la televisión: la flacura histórica”, (Sabato, 2006, 118). A eso llegaron los medios de comunicación por nuestras flaquezas educativas; asuntos que no siempre se abordan en las cátedras; la autocracia en el aula no da tiempo para ello, la democracia para ampliar este tipo de discusiones es un discurso vacío, ahí sí autoritario; quizás, la educación se nos está tornando histérica, flaca en ideas, flaca en constituir opciones de vida, flaca en futuro, flaca para criticar a los medios de comunicación, flaca para comprender lo que nos afecta, flaca en contenidos, pero bastante histérica para juzgar a los jóvenes, a quienes se les quiere exigir productos académicos descollantes sin enterarnos que sus verdaderos profesores, los auténticos conductores son los anuncios de la televisión, del cine, de la radio, de la prensa, de las pancartas callejeras y de la internet.

Va siendo propicio preguntarnos por los paradigmas perdidos, por aquellos que están fuera de la academia, fuera del poder de la difusión, de pronto, un sueño lícito, allí existan algunos apuntes para salir de esta circularidad en que hemos caído, de esta aceptación del contubernio entre las democracias, el poder y los medios de comunicación. No sabemos, dice Eliot, en qué momento el conocimiento sustituyó a la sabiduría, ni en qué momento la información sustituyó el conocimiento.

Dispositivos de la comunicación

Los elementos de la comunicación fueron clasificados básicamente en un receptor y un emisor, que a su vez exige un canal o medio, un mensaje, unos códigos comunes y entendibles. La comunicación puede ser hablada, escrita, o como lo indica la semiótica, por señales, ruidos, movimientos, gestos o gráficos entre otros, es decir hay una riqueza increíble en los lenguajes; sin estos elementos la comunicación no tendría efectividad e incluso ni se registraría, puesto que el significado y el sentido sólo es posible establecerlo en la intersección de estos elementos.

En la psicología de la comunicación es donde la propaganda como dispositivo cumple su cometido, allí es donde los comerciales logran impactar y con-vencer que sí es posible un mundo feliz a través de la compra compulsiva, que se es feliz en la democracia del comercio.

La tecnología de la comunicación viene gestando sujetos automatizados, programados para consumir, ¿qué de lo tecnológico potencia, subyuga, regula o no transforma al hombre? Los dispositivos tecnológicos que movilizan los medios de comunicación subyugan, regulan y someten al hombre desde sus primeros años.

Los medios de comunicación masiva y su aporte a la convivencia

Interesar a los medios de comunicación masiva para promover formas de convivencia inclusivas, es un esfuerzo que las comunidades o la academia no han consumado en los mejores términos. Aún estamos en deuda para que los medios de comunicación evidencien otras líneas de la memoria o el devenir humano y se constituyan en un auténtico enlace con la comunidad. Lo usual son las emisiones de música popular, farándula poco decorosa, si es que hay decoro en la farándula, y noticias con el mismo formato del comercio. Si la esperanza, hija del futuro, no se emancipa, estamos a tiempo de rediseñar las comunicaciones para que nuestros periodistas entreguen a la sociedad una información menos contaminada.

Este asunto hay que explorarlo con suficiente seriedad, puesto que los *mass media* deberían estar al servicio de la sociedad y no al contrario. A todo lance, los medios de comunicación parcelan la realidad -no se sabe si objetiva, se puede dudar-, en tres franjas a saber: tragedia, deportes y farándula. A ese tenor se abordan intereses políticos, económicos, jurídicos, sanitarios y culturales. Noticias, películas, novelas, dibujos animados, realities o musicales buscan un sólo objetivo: cautivar audiencia; si para ello deben violentar conductas o pactos, ser democráticos o antidemocráticos, todo se justifica, al fin de cuentas el televidente no es un sujeto, es un objeto al que no se le puede permitir el menor parpadeo.

La noosfera

Antes bien, noosfera tiene detalles de ser una expresión segregacionista, no es un yerro de la definición, sí, un poco de su interpretación; noosfera viene del griego νοοσ, inteligencia, y σφαίρα, esfera; que se comprende como el conjunto de los seres inteligentes o las élites del pensamiento. Así la definición, ¿quiénes pertenecen a la noosfera?, es probable que nuestra inteligencia viene conociendo sus límites del estar, del conservar o del innovar y eso no lo hemos visualizado en la educación y, por lo tanto, los medios de comunicación y las democracias modernas integran su propia noosfera que los demás no podemos comprender o, para peor, confrontar.

A este respecto Hugo Zemelman pregunta ¿Desde dónde pensamos?, ¿el conocimiento nos ha enriquecido como sujetos? Los interrogantes podrían trasladarse a las élites de la democracia y de los medios de comunicación -multinacionales y países del primer mundo-, quienes instaurados en una noosfera del hacerse poderosos, nada les interesa saber de sujetos o de los orígenes de su pensar, sólo el fin: acumular capitales.

Desprender a un grupo de su noosfera sólo es posible en las grandes crisis, en los rompimientos de paradigmas. A la luz de esto, aún no hemos llegado a la gran crisis de las democracias y de los medios de comunicación para romper dicho paradigma e instaurar emergencias; algunas músicas, algunas poesías, algunas pinturas, algún cine comprometido con la reflexión nos vienen sugiriendo que estamos en la dictadura de las democracias y presos en el totalitarismo de los medios de comunicación. En la noosfera, caben y de que manera, los silencios no sólo de los mass media.

Los silencios

No existe la libertad de prensa, tan sólo es una máscara de la libertad de empresa.

Arturo Jauretche.

Este pensador argentino definió de la mejor manera lo que representa la libertad de información, es, a ojo de buen cubero, una esclava de la empresa y empresas son, de alguna manera, las democracias. Cualquier cosa se vende, cualquier cosa se compra, desde conciencias, armas y hasta vidas. Esos son los silencios: libertad de empresa que enmascara la prensa.

Como bien menciona Boaventura, acudiendo a un grafiti, “El futuro ya no es lo que era”; esto dado por la poca esperanza de cambio. Los silencios que se soportan o los ruidos que se emiten, sólo enmascaran los hechos, mientras el ciudadano, el que debe padecer la palidez de la democracia y la barbarie de los medios de comunicación, sigue siendo el objeto, el medio para justificar los fines de estas formas despóticas de estar conviviendo, así las cosas, el futuro no podrá ser ese manantial que alguna vez la sociedad soñó.

Sin excederse en interpretaciones, ello muestra una especie de doble moral que Nietzsche (2004, 39) bien describe: “Todas las personas que advierten que para influir de alguna manera necesitan los más fuertes sonidos y palabras, los más elocuentes gestos y posiciones..., hablan de deberes y, por cierto, siempre dotados del carácter de lo incondicional”. Esa incondicionalidad para unos y la condicionalidad para otros muestra un cisma entre lo que se puede narrar y, claro, entre lo que se puede esperar.

Las fronteras, inconsistencias o dramas éticos del poder político e informativo

Como ya se mencionó, el poder, venga de donde venga, pasa por unos dramas que afectan todas las capas sociales, ninguna institución parece quedar libre de tales dificultades. Las clases políticas y los medios de información en sí son un poder, son transnacionales, están globalizados, ambos pertenecen a los grupos dominantes y se les termina creyendo más por su cobertura que por la verdad promulgada.

Casi sin remedio, hemos llegado a un exceso de información que conlleva a un cúmulo de confusiones; los problemas de los medios de comunicación y las democracias, que los terminan padeciendo los ciudadanos, se pueden cifrar en cinco aspectos:

- Presencia de intereses políticos centrados en el poder.
- Las constantes exigencias económicas de la clase dominante.
- El exceso de realidad informativa y bajo análisis de la información.
- Una hipócrita interdependencia.
- La pérdida de los límites éticos y extensión de los horizontes de confusión.

Digamos, apoyados en Weber (2007, 109), que “el funcionario auténtico, según su propia profesión, no debe hacer política, sino administrar imparcialmente”. Esto constituye el ideal, lo que se estipula en el texto; en la vida cotidiana las motivaciones son otras,

las actividades de un funcionario son la política del egoísmo y el interés por incrustarse en el poder para ampliar los horizontes individuales; las perspectivas colectivas son las fachadas para llegar. Para mal de la época, se repiten las paradojas de seguir cosechando príncipes arropados con las teorías de Maquiavelo. El exceso de Príncipes, a los que se refiere Maquiavelo, están abundando para acabar con la democracia y entrar expeditos a la tiranía propiciados por grandes cadenas de comunicación, cuyo interés no es la verdad sino el poder.

Presencia de intereses mediáticos centrados en el poder

La política, como el arte de dirigir o gobernar los pueblos o de administrar la gestión del estado a merced de la sociedad, pasó a convertirse en el arte de rodearse con el poder. ¿Cuál poder? El económico, el militar, el religioso, el tecnológico, el científico o el de los medios de comunicación, por nombrar unos pocos.

Si alguna agrupación política o social adquiere relevancia, hacia allí se dirigen todas las acciones del poder, se dirigen los medios de comunicación, al fin de cuentas dichos medios pertenecen a la clase política dominante. Visto así, ¿cuál es la independencia informativa? De seguro, y sin ser pendenciero, que obedece a las directrices del propietario, a las urgencias del poder, al pueblo se le entrega la información editada, maquillada, ya tratada en los laboratorios.

Establece Germán Muñoz en su texto *Comunicación y cultura* que “la política queda sometida a la lógica mercantilista del espectáculo que falsea la participación, el intercambio y las formas colectivas de socialidad: sólo existe lo que aparece, decidido por los medios”. Lo expresado por este profesor colombiano se centra en el espectáculo y la falsedad como esencias de la comunicación, donde la política luce desvalida, lo cual es discutible, puesto que los políticos, demócratas o no, en la mayoría de los casos, son los dueños de los medios de comunicación. Para los intereses políticos, las clases marginadas sirven como blanco de sus pretensiones electorales; ahí sí que se identifican los medios de comunicación, se le entrega a la comunidad información abundante de algunos candidatos, al cabo, que de otros es muy restringida o se desconoce.

De otra parte, los gerundios ando-endo donde mejor se regodean es en el lenguaje del poder, que no muestra la acción presente sino un devenir que, en el mejor de los casos, es retórico; no se ejecuta, sino que lo dilatan con asombrosa maestría:

- Estamos haciendo.
- Lo venimos pensando.
- Ya se está corrigiendo.
- Estamos disponiendo acciones para corregir.
- Se viene cumpliendo por partes.
- Los trámites se están adelantando.
- Desde hace un tiempo venimos estudiando alternativas.
- Lo estaremos anunciando.

Las salidas, emergencias o alternativas para cualquier problema con el uso de los gerundios parecen interminables; las pseudo-democracias no quieren alternativas diferentes a las suyas, no quieren potenciar otros procesos “Debemos saber reconocer las alternativas para

potenciar lo potenciable a manera de dar una dirección u otra a los procesos”, (Zemelman, 2005, 83). Conocer las alternativas y aplicarlas no es lo mismo que estudiarlas, como saben sugerir los dueños del poder.

Es evidente que la democracia no resuelve los intereses políticos de los medios de comunicación, cuyo trasfondo es el poder, porque no hay una moral de independencia sino de interdependencia, algo así como que dios no es nadie sin el diablo. Si hay inmortales, estos se encuentran en las clases dominantes, su poder se transfiere de generación en generación, siglo a siglo se conservan los apellidos y los abolengos, son acaparadores de dinero, acaparadores de felicidad, dueños de la democracia y de los medios de comunicación. ¿Cuál es el destino de los desposeídos? Con el poder político y su totalitarismo o el despotismo informativo que parece militar, de lo único que podemos estar seguros es de sus absolutismos.

A este respecto expone Touraine (1995, 321) que “la democracia debe combatir el poder absoluto, el despotismo militar y el del partido totalitario, pero también debe poner límites a un individualismo extremo que podría divorciar por completo la sociedad civil y la sociedad política para dejar librada a esta última, ya a los juegos fácilmente corruptores, ya al poder invasor de las administraciones y las empresas”. Ese poder invasor de las empresas, en el caso que nos ocupa, los medios de comunicación, y el poder absoluto de una información de medio-pelo, franquea cualquier concepto viable, divorcia a la sociedad de la realidad, que por supuesto, es un acto deliberado y pactado entre los medios y las burocracias que son las que, finalmente, movilizan los presupuestos del juego democrático.

Para colmo, el texto *Arte de la Guerra* de Sun Tzu se convirtió en almohada no sólo de militares sino de políticos, de allí extraen bastantes argucias para dominar al pueblo imponiendo una seudo-democracia, imponiendo sus propias exigencias económicas que no son otras que las de la clase dominante.

Las constantes exigencias económicas de la clase dominante

Cuando una información brinda altas audiencias, entonces se aborda la noticia no por servicio espontáneo sino por intereses comerciales, donde se observa una afición desmedida por el dinero. Se transmite lo que las diversas clases dominantes, castas del poder, deciden que se aborde, cuando aparece algún medio que se opone, resulta que los horarios no son de alta frecuencia o la cobertura es menor, es decir, son unos ruidos que dejan la falsa sensación de que existe libertad de prensa y, por lo cual, una democracia fortalecida.

La rentabilidad es lo único que sostiene la emisión de cualquier espacio audiovisual, escrito o electrónico, por eso, los programas se diseñan para captar dinero. Se vino a menos el interés social de la información, aunque tampoco debemos llamarnos a engaños: los medios de comunicación, en su larga historia, han sido manipulados y manipuladores de las verdades que dicen transmitir, su gran verdad es la manipulación y el contubernio con el poder.

Los realities, con familias pobres y personas de estratos sociales menos favorecidos, se utilizan para atraer audiencia, sin que importe el daño psicológico o social que se le pueda causar a los participantes. Se informa con suma prontitud aquello que no reviste importancia para las poderosas clases económicas, pero cuando pueden resultar afectadas, se tarda demasiado o

nunca se emite la información suficiente para clarificar el problema. Si algún poder económico resulta afectado por ciertas decisiones nacionales o internacionales, se hace un despliegue informativo sobredimensionado.

Sabido es, no existen secretos al respecto, aquello que produce dinero, que es rentable, se convierte en material de trabajo como noticias de farándula, escándalos políticos, seriados, películas, certámenes deportivos, documentales, crónicas sobre justicia o realidades entre otros. El marketing o persecución de consumidores con miles de marcas, no desea la autonomía sino la heteronomía; el conducir al comprador a un interés particular que permita mejores recaudos de dinero, no parece observar límites. El marketing es información que busca crear necesidades o deseos para un mercado cuya demanda garantiza la vida útil de un producto. ¿Importa para el marketing la vida del sujeto, del usuario, aún en la promoción de medicamentos? Por lo cual, la programación para niños es la perfecta para ir formando al consumidor; frente a esto las democracias se hacen las sordas y las ciegas e, incluso, justifican el proceso como libertad de información.

Desde la barrera o fuera de ella, y ante a estas demandas, la pregunta por los intelectuales no es menos inquietante. Touraine expone que los intelectuales no desempeñan ningún papel importante en el nacimiento de las nuevas democracias; pero en las democracias que están consolidadas, por no decir envejecidas, salvo unos privilegiados, tampoco es visible o determinante la función de los intelectuales. ¿Quién define o decide a un intelectual? Más que la misma democracia son las academias y los medios que publicitan o promueven a dichos sujetos para comercializar sus producciones.

Exceso de realidad informativa y bajo análisis de la información

Hay un exceso de información sin análisis, hiperrealidad de datos e hiporrealidad y sesudos análisis; noticia tras noticia, la avalancha es de tal magnitud que la nueva “chiva o extra” sepulta a la anterior y así se llega a una enajenación, a una alienación, a un cementerio de la realidad, por lo cual, la verdad no importa, ni siquiera interesa.

La información deportiva enaltece y derrota a las personas con la misma velocidad que aparecen y desaparecen presentadores; sus normas éticas se limitan al sensacionalismo de la audiencia.

Hasta la saciedad del descaro y en el abuso de las imágenes, las noticias trágicas son la mejor fuente de altas sintonías, entre más intrincada y dramática es la información mayor es el despliegue, puesto que así garantizan una información fresca y, por lo tanto, una alta captación de público; atrás sólo el dinero.

Para cualquier fin de sintonía, la farándula es la otra manera de violentar la intimidad de las personas, interesa la capacidad adquisitiva y las relaciones sexuales que tenga determinado cantante, actor o personaje público, un día se glorifica y al siguiente se sataniza. El sexo es el más aventajado canal de atracción. Los presentadores deben ser jóvenes y sexys, han de usar, en el caso de las mujeres, ropas ligeras y que se destaquen sus líneas e insinuaciones eróticas. La mejor sonrisa, el cuerpo más atractivo, la mirada más cautivadora, la voz más convincente, las manos menos rústicas son ingredientes que se verifican con mucho esmero; es decir, los medios de comunicación comprendieron que el sexo es su mejor fuente de

divisas, al punto de que ya algunas comentaristas se desnudan en propagandas, o llegan casi sin vestuario a sus presentaciones ¿Carne y circo?

Los niños blancos o de *buenas familias*, son el objetivo perfecto para los comerciales, la vida es feliz a través de estos chiquillos que todo lo han tenido; pero los pobres o de color son discriminados, sólo son tenidos en cuenta en las tragedias donde se entrega una información cruda como para mostrar que existe sentido humanitario, que sí tiene corazón la cadena encargada de transmitir los estragos provocados por un sismo, incendio, enfermedad u accidente; como lo menciona Gentili en *Desencanto y utopía* “Los seres humanos de corta edad son discriminados porque tienen menos condiciones para defenderse y por no contar con quienes los defiendan; pero, también, son discriminados por ser pobres, por ser mujeres, por ser negros, por pertenecer a algún grupo étnico o a alguna nación indígena, por no poder hacer uso de los códigos lingüísticos dominantes, o por todo eso al mismo tiempo”; (Gentili 2007, 61). Esto que hace parte de un informe de la UNICEF, se puede trasladar a la forma como los medios de comunicación afrontan estas realidades, y que para estar con el poder de turno, ni denuncian o ni siquiera les interesa, porque el exceso de *presenteísmo* y tragedia, no deja analizar estas exclusiones. Los medios de comunicación discriminan y actúan en consonancia con sus posturas de hipocresía, ya saben que las recriminaciones éticas tardarán o nunca llegarán.

Una hipócrita interdependencia

La democracia y los medios de comunicación tienen una hipócrita interdependencia, el uno usa al otro a su amañó, a sus propios intereses, cada cual sabe lo que sucede, pero se vive en una alianza que se resuelve con cargos públicos o informes donde se dedican a una mutua apología del quehacer burocrático.

Las denuncias contra los poderosos no se conocen en su momento. Los abusos son mencionados años después y cuando ya no hay nada por hacer en términos de reparación. Los medios informativos cumplen de la mejor manera uno de los presupuestos de la entropía, importar orden y exportar desorden. Es lo adecuado para confundir y, así, hacer leña del árbol derribado.

Las grandes cadenas de la información son vendedoras de apocalipsis, para darle paso a un mesías, a un Moisés que, en nombre de la democracia o de la prensa, nos salvará, nos llevará al otro lado del mar. Se gestan desde los medios de comunicación unos seres que podrán darle vuelco a la realidad, para ello, primero se construyen panoramas espantosos en una industria del apocalipsis para luego dar paso al nacimiento de los redentores.

En la academia no hay una mirada ética-estética para develar la interdependencia de las democracias y los medios de comunicación y sus falsos mesías; esto ayuda a que la sociedad reprima las visiones alternativas. El periodismo alternativo, aquel venido de pequeñas gacetas, de emisoras con poca cobertura que denuncian los atropellos, que reclaman justicia y exigen acciones de las instituciones encargadas de ejecutarlas, son excluidos de los grandes medios de comunicación; el periodista decidido a dar los mejores esfuerzos por la comunidad no tiene espacio en estos pulpos de la información, se enfrentan a restricciones que se centran en un lema básico: nada contra el poder que paga una franja publicitaria, nada contra aquellas empresas que tienen pautas comerciales; ahí el periodista de opinión pasa a ser un objeto

del grupo donde labora. Es como si una circularidad de engaño y autoengaño se pactase en la necesidad de conservar un lugar de trabajo.

La legitimidad es otro de los sacrificados en esta interdependencia (Bobbio, 1997, 123) “El problema de la legitimidad está íntimamente vinculado al de la obligación política con base en el principio de que la obediencia se debe solamente al mandato del poder legítimo”. La casi fusión entre democracias/medios de comunicación sacrifica la legitimidad, pero amplía la capacidad de influenciar.

Dicho sea sin alarde, los medios de comunicación y las democracias se soportan, se necesitan, el uno no es nadie sin el otro, en la mitad queda la legitimidad del ciudadano, del que viaja en sus precariedades de realidad informativa y de presencia del Estado.

Pérdida de los límites éticos y extensión de los horizontes de confusión

Esto ya no se puede limitar a un país en solitario o, a un continente en particular. No se sabe dónde están los límites de la información o de la democracia, se abordan campos de la vida privada o pública donde la confusión reina. Se hacen grandes biografías de estafadores, autócratas, maniáticos y vendepatrias —aunque patria es un término anacrónico que puede ser vendido al mejor postor, poco se pierde, dirá un poeta.

Se alaban gestiones burocráticas para catapultar siniestros personajes a cargos superiores; hay un desprecio por la información que no representa rating de sintonía y, por lo tanto, a mayor confusión de acontecimientos, a mayor confusión informativa, mejores son las sintonías.

Ex profeso, casi sin impunidad, cuando se registran las pandemias, los tsunamis, los terremotos o los accidentes, parece que las verdaderas pestes son los medios de comunicación, aunado a la ineficacia del estado para resolver las emergencias. Confundir es el lema de los poderes, ni más ni menos, es lo que saben hacer los medios de comunicación.

Resulta que las democracias, confundidas en resolver asuntos propios de su imagen, no tienen suficientes elementos para afrontar las avalanchas informativas que, en un principio, aclaran detalles menores para, luego, dejar la verdad en la penumbra. Indica Touraine (1995, 341) que “el espíritu de libertad supone también que la ley sea respetada. No hay democracia donde reinan el dinero, el clientelismo, el espíritu cortesano, las pandillas de malhechores o la corrupción”. Así las cosas, las democracias nunca se han consolidado, puesto que malhechores y corrupción son su estilo de vida y, por desgracia, el clientelismo con los medios de comunicación les convierten en mutuos cortesanos.

Las denuncias venidas de grafitis, de anónimos, de voces desgarradas, de personas que no son de arriba ni de abajo sino de afuera, no son tenidas en cuenta por la justicia, por los medios de comunicación ni mucho menos por las democracias. Aún estamos en las miserias de lo que alguna vez se quiso denominar verdad. Expone Vicente Romano que la comunicación estandarizada borra la distancia crítica del consumidor con su entorno, obstaculiza la reflexión necesaria para su conocimiento y dominio. De ahí que refuerce el poder de los pocos al ocultar las contradicciones y conflictos, al suprimir la diferencia entre imaginación y percepción, deseo y satisfacción, imagen y cosa. De esto se comprende que la estandarización lleva baja información y extiende el horizonte de confusión,

puesto que los reales conflictos y las contradicciones se abordan con idénticos formatos para problemas muy diferentes.

A tenor de la discusión ¿Un teórico de las comunicaciones tiene la llave del problema? No siempre el que tiene lucidez teórica es capaz de construir, aunque tampoco indica que alguien con voluntad o emoción puede construir; entonces, la trampa del activismo o del exceso de teoría son bien comprendidas por los medios de comunicación y las democracias, esto para mal de la humanidad; entonces, así se puedan tener algunas soluciones, la voluntad política las cercena.

En algunos gobiernos latinoamericanos, según ellos democráticos, se han presentado, pese a su corta historia, muchos casos de falsos positivos; Europa, Asia, África, ídem Estados Unidos no pueden creerse excepción. Tantos sus ejércitos, sus policías o centros de *inteligencia*, en su afán de inflar estadísticas o por cumplir disposiciones políticas, realizan actos ilegales de interceptación de llamadas o, incluso, asesinato de personas. Esos falsos positivos que aún suceden en el siglo XXI causan estupor y un repudio que las democracias eluden y los medios de comunicación silencian.

Dentro de estas irregularidades los que comunican a las masas tienen mucho por decirnos; sus falsos positivos no son menores, no informan de asesinatos, hacen montajes de información y, cuando no, compran informantes al mejor postor sin interesarles la sangre que atrás de esos datos ha corrido. ¿Cuáles serán los otros falsos positivos de los medios de comunicación? Unirse al poder o ser el poder mismo para abusar y permear lo que en este siglo comprendemos o decimos practicar como democracia.

La jungla

Frente a esto parece que los ciudadanos estuviésemos en la jungla, donde el más fuerte decide el futuro de la especie, caza, conserva y protege sus propios intereses.

Para valorar el papel de los medios de comunicación en las democracias y para que no se llegue a irresponsabilidades informativas y en aras de evitar la manipulación de datos que sólo sirve al poder de turno, se requiere una búsqueda de nuevas palabras, de expresiones que incluyan una mirada seria al sentido de las mismas, para no caer en sutilezas de tipo fascista que bien se supo alimentar de la Biblia: “quien no está conmigo, está contra mí” (Lucas 11,23). Nada más peligroso que creerse dicho lema para excluir y destruir. No se olvide que en muchas ocasiones no se está ni a favor ni en contra, simplemente el ser humano no se adhiere.

Si hay absolutos - lo cual no se ha resuelto por los filósofos, que nos agrada discutir de lo etéreo- entre las democracias modernas y los medios de comunicación su absoluto es birlarse de la ética, esos son sus dramas, su absoluto es mantener una imagen, una falsa apariencia así la realidad esté siendo arrastrada por un río desbocado como Sabato (2006, 155) indica: “¿Qué más desventurado que un sediento buscador de absolutos?”. Los absolutos de las democracias modernas y de los medios de comunicación no dan cuenta del sujeto, de la humanidad, sino de unos elegidos para quienes el poder lo es todo, por ello se acuestan y se levantan con los poderes religiosos, económicos, políticos, deportivos, culturales, científicos, académicos o militares, allí están sus fronteras y sus panoramas.

En el camino quedan una serie de cuestionamientos: ¿Tienen color las éticas de los medios de comunicación?, ¿Cuál es el lenguaje de la exclusión? Cualquier lingüista o semántico nos aclararía que dichos lenguajes son diferentes cuando no opuestos a las auténticas demandas de humanidad.

¿Y la filosofía?

La filosofía ha estado en deuda, nos ha devenido inaplicable para los problemas cotidianos, de esto nos advierte González (2009, 117) cuando afirma: “No es que los temas abordados por el pensar filosófico sean intrascendentes, pero, en ocasiones, abandona lo fundamental para continuar en discusiones bizantinas, en refinamientos etéreos o en academicismos que toman demasiado trecho en resolverse”. Al extremo están quienes indican que la filosofía tiene las llaves de la humanidad porque no permitirá que duerma solapada la mentira o que el poder religioso, político, económico, educativo u otro cualquiera arrecie con sus anómalas represiones. En este punto, vale preguntar por aquellos que transitan por los medios que no han decidido apostar o negar la filosofía.

Muy a pesar de los filósofos o los juristas, el contubernio democracias y medios de comunicación es evidente y los llamados pensadores ni –nos-, interesamos y los dueños de la dogmática jurídica no la abordan con seriedad, es como si el miedo o la misma zoncera hubiese vencido cualquier otro propósito. Las comunidades de filósofos y abogados seguimos durmiendo, cuando no, haciendo parte del problema, mientras los medios de comunicación y los estados, con o sin democracia, hacen de las suyas, se avienen a sus propios intereses.

Hay muchas preguntas para la filosofía que recae en sus predicadores. ¿Existe entrapamiento lingüístico en el discurrir filosófico? Alguien duerme y no le queda bien al filósofo caer en mañas de la burguesía. ¿Qué piensa el filósofo de la cotidianidad informativa? Vale aclarar –nos- que los modernos aleteos de los micrófonos son los nuevos efectos mariposas, provocan tormentas al otro lado de la consola.

Sobran razones para explorar cuestionamientos ¿Para quién o quienes labora el filósofo? Tampoco es para exagerar, al asumirse la filosofía como profesión, salvo unos iluminados, la mayoría sobreviven económicamente y malviven –mos- con las ideas engastadas de épocas lejanas. ¿Qué realidad convoca el pensamiento filosófico? Esta pregunta no es nueva, tanto así que el común de la gente suele desprestigiar a quienes se dedican a elevados pensamientos sin que permita resolver los problemas de la cotidianidad. ¿Qué nuevas filosofías y teorías del derecho se fundan en la conjunción democracias y medios de comunicación? Sin ufanarse, va siendo una pregunta incómoda que merece ser investigada con mayor potencia.

¿Cómo se refleja en la formación las realidades del mundo actual?

El mundo de hoy está preñado de información, el dilema de un profesor consiste en saber clasificarla y discernir qué llevar al aula. Es elemental reconocer que el mundo de los humanos cambia a velocidades que superan los mismos imaginarios y para ello se requiere de un hombre ágil, que no se deje encandilar con los primeros destellos de lámparas fosforescentes. Pues

bien, en este orden de ideas, integrar esas nuevas realidades es un paso que le corresponde resolver a los modelos educativos para darle un sitio de honor a docentes y estudiantes que, al alimón, integren y dinamicen lo que se logre filtrar del exceso de información existente. El sujeto interesado en construir realidad está obligado a interpretar los contextos actuales, compararlos con las pre-existentes o aprioris, y de allí conjugar todos los conceptos recogidos y tratar de construir un acertado presente potencial.

Hay una reducción creciente de la capacidad de pensar frente a la capacidad de calcular; eso define a los medios de comunicación en las democracias modernas, donde la potencial forma de calcular los movimientos impone sus métodos.

Los aportes de Zemelman (2002, 115) no son menores, porque según este pensador “es el sujeto en su humanidad, en el silencio de su libertad interior, donde queda marcado el sentido de su necesidad antes de ser mutilado por los cierres que se imponen”. ¿Será que nos va quedando como salida la libertad interior? Lo externo nos oprime, nos encierra de tal forma que nuestras nociones se obnubilan. Las democracias y los medios de comunicación tienen muchas preguntas para resolver, claro, unos y otros los integran seres humanos que dan cuenta de los procesos, es tiempo de desnudarlos hasta que nos cuenten las verdades que sospechamos, pero que no tenemos como demostrar.

¿Cuándo aprenderemos a confiar del hombre? No parece muy cercana esa posibilidad y, menos, si las democracias y los comunicadores no deciden avanzar para construir credibilidad. De buenas a primeras hemos resuelto hablar, escribir y gobernar al afuera, nuestro atrevimiento no tiene límites; es en sí contradictorio que, sin saber quiénes somos ni para donde vamos, nos atrevemos a gobernar y a escribir para los demás o, quizás, por ello es que gobernamos o escribimos para dar respuesta a estas antiguas preguntas que no encontramos en la intimidad con el ser.

Es necesario, dice Silvio Sánchez, “esperar hasta que las palabras se recuperen de tanta violencia y nos puedan servir para ascender a lo humano”. Ese ascenso, esa búsqueda de unos lenguajes más depurados, sin duda, deben pasar por los medios de comunicación y, claro, por las democracias modernas.

No es la búsqueda del poder, sino la búsqueda de la felicidad humana el nuevo rumbo de la política, creer en una felicidad terrenal que reemplace la fallida promesa *posmortem* venida de las religiones; en conclusión, la política deberá asumir el papel que perdieron las religiones: búsqueda de felicidad en el gobierno de sus gentes; y los medios de comunicación asumirse como garantes entre lo que dice el poder y lo que necesita el pueblo.

CODA: Las democracias modernas viven de la propaganda cual empresa de negocios. La pobreza de ingenio ha llegado a tal nivel que ya nos creímos los sofismas: lo que no se informa no existe. No estaría tan seguro de que hay más riqueza en el futuro que en el presente, pues por lo que respecta al contubernio entre los medios de comunicación y las democracias, el futuro se espeja más pobre que el presente.

“Hay más riqueza de posibilidades en el futuro que en el presente”.

Eduardo Ibáñez.

Bibliografía

- Apollinaire, Guillaume. (1999). El paseo de la sombra. Santa Fé de Bogotá: Editorial Norma.
- Bobbio, Norberto. (1997). Estado, gobierno y sociedad. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Calvo Muñoz, Carlos. (2008). Del mapa escolar al territorio educativo. Santiago de Chile: Nueva Mirada Ediciones.
- De Sousa Santos, Boaventura. (1998). De la mano de Alicia. Bogotá D. C: Ediciones Uniandes
- Elías, Norbert. (1994). La teoría del símbolo. Barcelona: Ediciones Península
- Kung, Hans. (2003). Proyecto de una ética mundial. Madrid: Editorial Trota.
- Gentili, Pablo. (2007). Desencanto y utopía. Buenos Aires: Homosapiens editores.
- González González, Miguel Alberto. (2009). Horizontes Humanos: límites y paisajes. Manizales, Colombia: Editorial Universidad de Manizales.
- Ibáñez, Eduardo. (2008). Las teorías del caos, la complejidad y los sistemas. Santa Fé Argentina: Homo Sapiens.
- Heller, Agnes. (1998). La revolución de la vida cotidiana. Barcelona, España: Ediciones Península.
- La Biblia. 1990. Bogotá: Círculo de lectores
- Lipovetsky, Gilles (2007). La pantalla Global. Barcelona: Editorial Anagrama.
- López Forero, Luis. (1996). Introducción a los medios de comunicación. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Muñoz, Germán. (2009). Culturas juveniles. Pereira: Universidad tecnológica.
- Nietzsche, Frederic. (2004). La gaya ciencia. Buenos Aires: ediciones libertador.
- Perelman Chaim. (1998). El imperio retórico. Retórica y argumentación. Santa fe de Bogotá: Grupo Editorial Norma. Original 1977.
- Romano Vicente. (2007). La intoxicación lingüística. El uso perverso de la lengua. Barcelona: Plaza Edición.
- Rorty, Rihard. (1996). Contingencia, ironía y solidaridad. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Sábato, Ernesto. (2006). Antes del fin. Buenos Aires: Seix Barral.
- Sánchez Fajardo, Silvio. (2004). Diálogos imperfectos. Pasto, Colombia: Universidad Nariño.
- Serna Arango Julián y Rincón, Carlos. (2008). La palabra como provocación Magia, versos y filosofemas. Barcelona: Anthopos.
- Taibo, Paco Ignacio (1997). Ernesto Guevara, también conocido como el Che. Barcelona España: Editorial planeta.
- Touraine, Alain. (1994). Crítica a la modernidad. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Virilio, Paul (1997). El Ciber mundo. La política de lo peor. Madrid: Editions Textuel.
- Watzlawick, Paul. (1994). El lenguaje del cambio. Barcelona: Herder.
- Weber, Max. (2007). La ciencia como profesión. La política como profesión. Madrid: Espasa Calpe. Original 1919.
- Zemelman, Hugo. (2007). El ángel de la historia. Determinación y autonomía de la condición humana. Barcelona: Anthopos.
- _____ (2005). Voluntad de conocer. Barcelona: Editorial Anthopos.
- _____ (1998). Sujeto: existencia y potencia. Barcelona: Editorial Anthopos.
- _____ (2002). Necesidad de conciencia. Barcelona: Editorial Anthopos.

Cibergrafía

- <http://www.americaeconomica.com/numeros4/281/reportajes/medioschile281.htm> Los medios de comunicación en América Latina.
- http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23_iluna.html Medios de comunicación y democracias.
- <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/decoin/cont/1/cnt/cnt2.pdf> Medios de comunicación y democracias. Respuestas legales y políticas.
- http://cij.reduaz.mx/gama/doc/ENSAYO_MEDIOS_COMUNICACION_DEMOCRACIA.pdf Medios de comunicación y democracia.