

DE MARIPILI AL CUARTO DE LOS MILAGROS: EL ESPECTÁCULO EN LA PRENSA ESCRITA EN PUERTO RICO ¹

Margarita Mergal

Tertulia del Senado Académico, Universidad Interamericana, Recinto Metropolitano, San Juan, Puerto Rico, 30 de abril de 2009.

El problema ya no se plantea entre medios buenos y malos, sino en la función coaligada de los medios para mistificar los mecanismos del conocimiento de la realidad.

Manuel Vázquez Montalbán. *La palabra libre en la ciudad libre*

Los puños entre un boxeador y su tío entrenador, la masturbación aérea de Elvis y las revelaciones de Gloria Trevi adornaron las primeras planas de los diarios en papel durante la recientemente celebrada Semana Santa en nuestro país. Claro, a estas espectaculares noticias le acompañaron reportajes sobre curas practicantes del yoga y el boliche, monjas en Facebook y meregueros y salseros que cantan al Señor y hasta un análisis de cómo a Cristo le fabricaron un caso y le ejecutaron sin el debido proceso de ley.² ¿Sería que no estaba pasando nada más significativo en el mundo, Puerto Rico incluido? Pues no, un breve repaso de la prensa nacional e internacional nos remite a: la larga crisis económica y desde la perspectiva nuestra por ejemplo, cómo afecta a nuestros bancos, a nuestros asalariados, el cambio en las relaciones entre los EEUU y Cuba, las acciones de los piratas somalíes y cómo afectan el comercio internacional, los temblores en Italia que casi destruyen L'Aquila y la posibilidad de que los daños hayan sido peores debido a fraudes en la construcción, los nuevos datos que demuestran que las capas de hielo árticas se derriten con mayor rapidez de lo sospechado, los problemas pertinentes a la reconstrucción de Gaza en el contexto del nuevo gobierno ultraderechista israelí, los largos problemas de las guerras en Irak y Afganistán, por sólo mencionar algunos. La Semana Santa se espectacularizó, si bien hubo, admito, declaraciones de religiosos que

¹ Maripily le cae encima a Gisselle, primera plana, **Primera Hora**, San Juan, 26 de febrero de 2009; Marga Parés Arroyo. "El cuarto de los milagros", **El Nuevo Día**, San Juan, 28 de febrero de 2009, p. 4.

² Véanse los diarios **El Vocero**, **Primera Hora** y **El Nuevo Día**, San Juan, 5 al 12 de abril de 2009 y para el juicio de Cristo, Samuel Pagán, **El Nuevo Día**, San Juan, 11 de abril de 2009, p. 24.

hacían honor a su fe.³ También encontré una columna de nuestro gobernador sobre el tema de la familia que puede servir de texto en cursos de redacción para ilustrar cómo escribir sin decir nada.⁴ Otra forma de espectacularización.

También en la Semana Santa mi hija profesora me contaba cómo una estudiante de psicología le comentaba que no leía porque los textos de psicología eran aburridos. Nunca se enteró de que una viene a la universidad a estudiar –lo cual a veces puede ser denso, difícil y aburrido, y no a entretenerse. Me pregunto qué diría si además de leer a Freud tuviese que lanzarse a las aguas también profundas de Kant o Bernard Williams. Acostumbrada a esa enorme máquina de entretener que son los medios, la chica no comprende el acto pedagógico que exige la reflexión pausada, el pensamiento, la interrogación y la persuasión, piensa que de lo que se trata es de *fascinar*. Así la función educativa se ve desplazada por la función evasiva que es salir del marco social para divertirse en el mundo virtual que nos ofrecen los medios. (Imbert. 2003) He aquí una de las consecuencias más malignas de esta espectacularización de los medios sobre la cual volveré más adelante. Es una de las consecuencias de la espectacularización de la vida misma en este milenio que recién estrenamos. Queremos una vida *light* como la cerveza o el jamón de los emparedados, pensar da mucho trabajo y al fin, ¿para qué nos sirve? No entretiene.

Creo que esta búsqueda continua de entretenimiento, de un mundo a lo Disney, de colores bonitos, movimientos suaves y ágiles, música tonta, donde los problemas se plantean sólo para ver que tienen siempre una solución feliz, es en su fondo muy peligrosa. Janet Wasko, profesora de comunicación, ha escrito un libro sobre cómo Disney manufactura fantasías y ejerce control sobre nuestras vidas y conciencias. Puesto que Disney ha formado parte de las vidas de todos nosotros, se lo recomiendo. Ya puedo escuchar los suspiros y las críticas. ¿Será que es mejor sufrir? ¿Será que debemos hundirnos en lo feo? ¿No es lo suficientemente doloroso el mundo como para que también tengamos que dejar de entretenernos? Vamos con calma. A todos nos hace falta el entretenimiento. Nada mejor después de una semana de estudios y un trabajoso

³ João Vila-Chã, profesor, Universidad Gregoriana, Roma, citado en *El Nuevo Día*, Por Dentro, San Juan, 9 de abril de 2009, p. 7; Rev. Margarita Sánchez, “Testifican los soldados”, *El Nuevo Día*, Op. Cit., p. 50; Rev. Eunice Santana. “Semana Santa y pena de muerte”, *Claridad*, San Juan, 6 al 15 de abril de 2009, p. 6.

⁴ Luis G. Fortuño. “Salvemos nuestras familias”, *El Nuevo Día*, 9 de abril, 2009, p. 49

examen que irse a la playa, tomarse una fría, darse una nadadita y si bien acompañada, mejor y si enamorada, pues mejor todavía. No siempre podemos estar leyendo a Bernard Williams, Freud o Dostoevsky. A veces también una buena novela en la tele no viene mal para descansar las neuronas. Yo veo, siempre que puedo, Cuéntame cómo pasó de TV española. El asunto es de una parte, cómo, con qué nos sentimos entretenidos y de la otra, podernos dedicar como seres educados, capacitados y ciudadanos de una sociedad que según dicen algunos quiere ser democrática, a otros asuntos y no sólo al entretenimiento.

Quisiera desde esta perspectiva plantearles varios asuntos. Tanto como discutirlos pues no, no tendríamos el tiempo acá. Me conformo con dejar planteados unos problemas, unas interrogantes sobre esto de la prensa escrita como espectáculo. Primero, unos breves apuntes sobre el origen y la función de la prensa. Segundo, otros sobre la prensa espectacularizada. Si bien la actividad me responsabiliza a mi de presentar algunas notas que les refieran inteligentemente, al menos eso espero, al tema, no pueden ser exhaustivos. Eso les responsabiliza a ustedes los oyentes, de reflexionar, pensar y continuar educándose sobre un tema que afecta no sólo nuestra cotidianidad sino, como veremos, nuestras conciencias mismas y nuestro futuro.

Michel de Certeau señala cómo los medios han transformado el profundo silencio de las cosas en su opuesto, una realidad que parlorea incesantemente. Las noticias, la información, las estadísticas, las encuestas, nos circundan diariamente. Narrativa, condición de cotidianidad, que para él tiene el extraño poder de convertir lo visto en creencia y de manufacturar la realidad a partir de lo simulado. (Blonsky, 1985) Como ha dicho Vázquez Montalbán se trata nada menos que de un embaucamiento sobre los mecanismos que nos permien entender la realidad. (Vázquez Montalabán, 1979) Más nos vale entonces tratar el tema con la seriedad que se merece.

La prensa escrita ya tiene una historia algo larga, suponiendo que como Asa Briggs y Peter Burke la periodizáramos entre Gutenberg y la Internet pues hablamos de unos 500 años más o menos, (Briggs y Burke, 2002). Desde sus inicios tuvo unos objetivos muy claros, estos eran informar y educar, dar a conocer. Sustituía también al vocero callejero. A través de los anuncios daba a conocer lo que ocurría, lo que las autoridades del estado necesitaban que los ciudadanos supiesen, de actividades cívicas,

políticas, culturales, sociales. También entretenía, las caricaturas, nada nuevo en el mundo, tomaron un particular estilo con el periodismo y se sostenían como un elemento de crítica social y política. Así también las tirillas cómicas. Entretenían y a través de la crítica, comunicaban posturas variadas, conceptualizaciones que obligaban a reflexionar a la vez que entretenían. La publicidad informaba sobre las opciones de consumo y poco a poco fue convirtiéndose en un elemento indispensable para financiar la empresa periodística. La prensa, como los demás medios de difusión masiva, no lo olvidemos, son, con excepción de los medios públicos, los del estado, empresas con fines de lucro. El diario también socializaba la información. Un supuesto era que si a la población se le mantenía informada de lo que ocurría, si se le ofrecían diversos puntos de vista, entonces cada uno podría debatir la información, escuchar otras opiniones y en este proceso formar la suya propia. Por ello la libertad de expresión, la libertad de prensa eran una piedra angular, indispensable en la construcción del andamiaje periodístico. De ahí que aunque con la mencionada excepción, las empresas de medios son privadas, tienen un carácter algo distinto a otras como digamos, una tienda de venta de ropa, una ferretería o una hospedería. Pienso que denominar las empresas que no son del estado como privadas es algo confuso, no sé si será el mejor adjetivo, pues toda empresa es social, tanto así como todo lo demás que hacemos los seres humanos. Emplea ciudadanos, les sirve, depende de su consumo para sobrevivir, es parte de la vida cotidiana, ubicada en la ciudad y por ello tiene que atenerse a las reglamentaciones que el estado, en nombre de todos los ciudadanos les impone. Sólo piensen en el presente debate en torno a la ley de cierre en Puerto Rico para que tengan una idea de lo que digo. Sin embargo, en el caso de los medios de difusión, porque son formadores de opinión pública, porque son decisivos en la construcción de la ruta que una sociedad a de tomar, porque son forjadores de conciencia, la protección y observación incesante de la libertad de prensa y expresión son esenciales para el bienestar mismo de nuestras sociedades.

Sin embargo, hoy día prácticamente todos los analistas de la prensa entienden que estos objetivos han cambiado. Imposible sería que la prensa no cambiara cuando el cambio, el carácter histórico, son consustanciales con la vida humana misma. Pero de lo que se trata es de cómo han cambiado. ¿Han cambiado para mejorar nuestra capacidad de conocer o han cambiado para mistificar los mecanismos que nos permiten acercarnos a

la realidad como opina Vázquez Montalbán? ¿O es que se han convertido en parte de lo que Mario Vargas Llosa en un ensayo reciente llama la civilización del espectáculo? (Vargas Llosa, 2009) ¿Es que la prensa es parte de esta civilización? Lo cual nos plantea el objeto de esta charla. La prensa espectacularizada. ¿A qué me refiero con esto de la prensa como espectáculo?

Uno de los primeros ensayos sobre el tema fue *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo* de Guy Debord del año 1967 y que aún sigue siendo muy pertinente. Debord refiere el asunto a la sociedad misma planteando lo que a su entender ya era la sociedad del espectáculo en su esencia: “el reinado autocrático de la economía mercantil, que ha conseguido un estatus de soberanía irresponsable y el conjunto de las nuevas técnicas de gobierno que corresponden a ese reinado.” En una revisión del 1988 para una nueva edición, Debord señala que lejos de desaparecer el espectáculo es hoy más poderoso que antes y que obliga a la gente a llevar una vida distinta. (Debord, 1990) Entonces parece que si hoy hablamos de la prensa espectacular es porque el mundo lo es, la vida misma se conforma y reformula como espectáculo.

Vargas Llosa conceptualiza el mundo actual como uno: “en el que el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal. Este ideal de vida es perfectamente legítimo, sin duda. Sólo un puritano fanático podría reprochar a los miembros de una sociedad que quieran dar solaz, esparcimiento, humor y diversión a unas vidas encuadradas por lo general en rutinas deprimentes y a veces embrutecedoras. Pero convertir esa natural propensión a pasarlo bien en un valor supremo tiene consecuencias a veces inesperadas. Entre ellas la banalización de la cultura, la generalización de la frivolidad y, en el campo específico de la información, la proliferación del periodismo irresponsable, el que se alimenta de la chismografía y el escándalo.” Vargas Llosa dedica múltiples y enjundiosos párrafos en este ensayo a ofrecer ideas sobre el origen de esta civilización y ejemplos de cómo se expresa en otros procesos como la cocina, la moda, la publicidad, los deportes o el narcotráfico, las campañas políticas, el sexo. No vamos a entrar en eso ahora. Sobre su efecto en el periodismo dice: (La cita es larga, pero me parece esencial al tema.) “Convertir la información en un instrumento de diversión es abrir poco a poco las puertas de la legitimidad y conferir respetabilidad a lo que, antes, se refugiaba en un

periodismo marginal y casi clandestino: el escándalo, la infidencia, el chisme, la violación de la privacidad, cuando no –en los casos peores- al libelo, la calumnia, el infundio. Porque no existe forma más eficaz de entretener y divertir que alimentando las bajas pasiones del común de los mortales.” Se refiere aquí Vargas a la intimidad del prójimo, sobre todo si se trata de una figura pública, conocida y prestigiada. Más adelante concluye que: “Al mismo tiempo que actúan así, en respuesta a una exigencia de su público, los órganos de prensa, sin quererlo y sin saberlo, contribuyen mejor que nadie a consolidar esa civilización *light* que ha dado a la frivolidad la supremacía que antes tuvieron las ideas y las realizaciones artísticas.” Con consecuencias muy preocupantes si como afirma Omar Rincón “lo *light* niega . . . la posibilidad de acción o sensibilización social, porque ante un chisme lo máximo que se puede hacer es escandalizarse . . . sólo es una estrategia para evadir la realidad, el análisis, el compromiso.” (Rincón, 2002)

En su ensayo Vargas cita a Tomás Eloy Martínez sobre el mismo tema: “Este periodismo sigue esforzándose por convertir a las víctimas en piezas de un espectáculo que se presenta como información necesaria, pero cuya única función es saciar la curiosidad perversa de los consumidores del escándalo.” Acá se refiere Tomás Eloy Martínez a los casos recientes de Ingrid Betancourt y Clara Rojas pero el comentario es perfectamente cónsono con la oferta periodística puertorriqueña. Pienso en la que recibimos con el desayuno, al menos los que aún leemos la prensa en papel, sobre el último caso de violencia de género, el de Damaris Soto Rodríguez, que nos informa con lujo de detalles cómo fue torturada, degollada y luego su cuerpo lanzado a la calle. Hasta nos ofrendaron a todo color una foto de su zapato ensangrentado.⁵ Cuando la catástrofe viene acompañada de mucha sangre, algo de sexo, la terrible pasión de la venganza –en este caso el aparente asesino, su expareja, estuvo preso por una acusación que ella presentó de violencia doméstica- una mujer muerta y los fiscales y policías removiendo el cadáver, todo sumado a entrevistas a los padres de la víctima, fabuloso, pues muchos periódicos se han de vender y muchos gustos morbosos y groseros se han de satisfacer. Ni decir que la tele y la radio se encargarán de repetir y repetir el evento “noticioso” hasta la saciedad. Y yo, feminista empedernida, no es que no crea que los medios no

⁵ *Primera Hora*, San Juan, 18 y 19 de abril de 2009.

deban dar a conocer la epidemia cotidiana de violencia de género. Pues no. El asunto es cómo conferirle la seriedad que merece sin espectacularizar el fenómeno. La periodista catalana Mar de Fontcuberta lo explica en pocas palabras. Afirma que “la información es una condición básica para una sociedad libre pero hoy día además de las funciones sociales de informar, formar, entretener y tematizar, los medios persiguen una función comercial: la de ganar dinero. La progresiva priorización de los aspectos comerciales implica, también, un progresivo abandono de las funciones sociales de informar y formar” y, “les lleva a cruzar la frontera del sensacionalismo, . . . del programa de mal gusto o de peor calidad.” (Fontcuberta, 1993) Nos arroja la civilización del espectáculo.

En su *Teoría general de la información* Gonzalo Abril subraya cómo la comunicación es un proceso entre sujetos dentro del cual tanto el emisor como el receptor deben ser considerados. Abril entiende que el modelo tradicional referido a los medios ve al receptor como un ente pasivo y considera esto un error. Dice el autor: “la función receptiva tiende a concebirse como una mera identificación por parte del receptor, de los signos codificados por el emisor. Y sin embargo, la recepción es también una actividad, una construcción del sentido análoga a la que requiere la producción del mensaje.” Se trata de un complejo proceso de actividades emisivas y receptoras interdependientes, de propuestas interpretativas. (Abril, 2005) Se trata de un emisor, en nuestro caso el periódico que nos presenta unos mensajes y de nosotros, receptores, que desde nuestras ópticas, valores, ideologías y conocimientos los interpretamos. ¿Qué efecto tiene sobre nuestra capacidad receptiva, interpretativa este bombardeo cotidiano del espectáculo sensacionalista? Si como ha sugerido García Canclini, los medios nos presentan una teatralización de la realidad, si las nuevas tecnologías comunicativas y la reorganización industrial de la cultura cambian las condiciones de obtención y renovación del saber y la sensibilidad, ¿cómo interpretamos esta obra teatral? (García Canclini. Paidós, Barcelona, 2001.) John Fiske en sus sabias obras sobre medios y cultura popular ofrece un análisis de la figura de Madonna a quien todos creemos conocer. Búsquenlas para que vean cuán complejo es este problema de los sujetos emisores y receptores de mensajes. (Fiske. 1987, 1989)

Para Abril la noción del espectáculo remite a una lógica del ver y del deseo de ver más que a una de la imagen. de Certeau subraya este visualismo moderno como la

tendencia a identificar lo creíble y por ende lo real, con lo visible y Abril lo lleva más lejos aún señalando que “para la modernidad, ser es ser visible”. (Abril, 2005) A quienes buscamos conocer esto nos presenta un grave problema si como dice John Berger en su famoso *Modos de ver*, los modos son muchos y nunca se ha establecido la relación entre lo que vemos y lo que sabemos; el conocimiento, la explicación nunca se adecua completamente a la visión, pero lo que sabemos o lo que creemos afecta al modo en que vemos las cosas. (Berger. 2000) El gran periodista polaco, Ryszard Kapuscinski resume bien una de las consecuencias de este problema: “Esta identificación, por lo general inconsciente, entre ver –un acto del dominio de las sensaciones- y saber o entender –actos del dominio del pensamiento- es un elemento básico en la manipulación de la gente. . .” (Kapuscinski. 2003) Postura que en su texto sobre la cultura visual Nicholas Mirzoeff también sostiene al advertir que si bien la vida moderna se desarrolla en la pantalla, no obstante, existe una distancia entre la riqueza de la experiencia visual en la cultura posmoderna y la habilidad para analizar esta observación, una de las razones que da origen a su investigación. (Mirzoeff. 2003) Tamaño problema este y se sigue complicando. González Requena habla de cómo el espectáculo –la relación espectacular- se constituye en la distancia, en una relación que excluye la intimidad en beneficio del extrañamiento. Si es así vale preguntarse luego, ¿cómo podemos conocer lo que está distante, aquello de lo cual estamos extrañados? (González Requena.1988) Para Todd Gitlin, que como neuyorkino de imágenes sabe, la cascada de imágenes incesantes invita a las personas a sentir sensaciones que podrían no ser convenientes en las relaciones reales, entre humanos de carne y hueso que podrían exigir relaciones recíprocas. Así, tal parece que este mundo de lo visual rehuye las relaciones sociales, la reciprocidad, la responsabilidad. A esta visualidad se añade la rapidez, lo *fast*, y entonces, reitero, andamos por un mundo que nos aleja de la realidad, que presenta condiciones contrarias a las que necesitamos para la reflexión, el pensamiento, el conocer. (Gitlin. 2001) Ocurre lo que González Requena llama la abolición de la palabra. Situación que presenta un grave asunto político, pues en una sociedad donde los ciudadanos no se informan, no piensan y no actúan se le deja el espacio de acción a los poderosos. Bien nos enseñó Foucault que el saber es poder. Giovanni Sartori también señala este asunto. Piensa que se crea un nuevo ser humano, que el *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, se

transforma hoy en un *homo videns* para quien la palabra está destronada por la imagen. Para él este cambio modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo humano y una de las consecuencias es lo que denomina un demos debilitado. Para Sartori: “lo importante es que cada maximización de democracia, cada crecimiento de directismo requiere que el número de personas informadas se incremente y que, al mismo tiempo, aumente su competencia, conocimiento y entendimiento.” Afirma que lo que hoy ocurre es todo lo contrario. (Sartori. 1997) La investigación de la periodista barcelonesa Margarita Rivière comprueba que la información que sí recibimos es planificada, cuestión de guión y agenda, noticias fabricadas en laboratorios especializados por empresas, como CNN, que ya no ven su objetivo como el de ofrecer el retrato más exacto posible de la realidad sino entretener y enganchar mejor a la gente. (Rivière. 1995) Todo parece indicar que lo que confrontamos es un demos claramente debilitado. Si la prensa del espectáculo es la industria forjadora de conciencias en Puerto Rico, si debilita nuestra capacidad cognoscitiva, incierto futuro le dejamos a nuestros hijos y nietos.

Se trata nada menos que de una forma posmoderna de censura. Pero no nos confundamos pensando en confabulaciones conspiratorias de los poderosos aunque éstas sin duda se dan. Se trata de algo mucho más complejo. Se trata de lo que Vázquez Montalbán ha denominado la miseria comunicacional cualitativa, de “la aparente contradicción entre omnipotencia de medios para comunicar y la evidencia de que el resultado es la incomunicación:” (Vázquez Montalbán. 1979) Debord destaca la censura terrible de un sistema que crea un mundo sin historia, o sea, sin pasado, sin memoria, que “organiza con destreza la ignorancia de lo que sucede e, inmediatamente después, el olvido de lo que, a pesar de todo, ha llegado a conocerse. Y así nos oculta lo que es, oculta su propia historia, el movimiento de su reciente conquista del mundo.” (Debord. 1990) Ignacio Ramonet habla de la tiranía de la comunicación, de un falso progreso en un mundo administrado por una policía del pensamiento como aquel descrito por Orwell y Aldous Huxley. (Ramonet.2003) El director de *Le Monde Diplomatique* califica esta situación como un malentendido fundamental: “Muchos ciudadanos estiman que, confortablemente instalados en el sofá de su salón, mirando en la pequeña pantalla una sensacional cascada de acontecimientos a base de imágenes fuertes, violentas y espectaculares, pueden informarse con seriedad. Error mayúsculo.” Ofrece tres razones

para el error: primero, porque el periodismo estructurado como ficción no está hecho para informar sino para distraer, segundo, porque la sucesión rápida de noticias breves y fragmentadas produce un doble efecto negativo, la sobreinformación y la desinformación y tercero, porque querer informarse sin esfuerzo –como la estudiante que pretende educarse sin esfuerzo- es una ilusión más. Informarse cuesta y es el precio que debemos pagar si queremos participar inteligentemente en una sociedad democrática. (Ramonet. 2003) A esto Pierre Bourdieu añade: “la televisión tiene como contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía que está ligada, entre otras cosas, a que el tema es impuesto, a que las condiciones de la comunicación son impuestas y sobre todo, a que la limitación del tiempo impone al discurso tantas cortapisas que resulta poco probable que pueda decirse algo. . . es una forma particularmente perniciosa de violencia simbólica, . . . que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también , a menudo, de quienes la practican en la medida en que unos y otros no son conscientes de padecerla o de practicarla” (Bourdieu. 1997) Ambos autores se refieren a la televisión pero vale igual para la prensa escrita.

¿Hablo de un problema que se resolvería con la llamada objetividad periodística? Pues no. Desde los EEUU nos llega un concepto de objetividad a mi juicio muy falso, el que nos lleva a entender que si en un programa de análisis político incluimos por ejemplo, a un independentista, un popular y otro PNP pues ya, eso automáticamente nos provee la objetividad. Prefiero la postura de Kapuscinski, sin duda uno de los mejores periodistas del pasado siglo, que se pregunta el alcance de lo que se dice y lo que se calla y piensa que el único informe posible siempre resulta personal y provisional. Afrima que: “Para los periodistas que trabajamos con las personas, que intentamos comprender sus historias, que tenemos que explorar y que investigar, la experiencia personal es, naturalmente, fundamental. La fuente principal de nuestro conocimiento periodístico son “los otros”. Ve a la prensa como un actor más en la lucha política, sabe que todo lo que escribimos es, siempre, apenas una aproximación, y dice que la: “teoría llamada objetividad es totalmente falsa y produce textos fríos, muertos, que no convencen a nadie. Yo soy partidario de escribir con pasión . . . textos que transmiten que uno está verdaderamente vinculado y metido en el asunto del cual escribe. La emoción refuerza el texto.” Eso, claro está, sin dejar de ser fiel a la veracidad de los datos sobre los cuales construimos

nuestros relatos. (Kapuscinski. 2002, 2003) Pero este hombre sabio comenzó como poeta y escribió versos hasta su muerte.

¿Qué podemos hacer los demás, los que no somos poetas, con la ayuda de los que sí lo son? Hablamos de un forma de vida que ha tomado ya más de un siglo en forjarse y que dirigen, reproducen y defienden empresas poderosísimas y los gobiernos que entienden que dependen de ellas. Pero hay que ser optimista de cara al futuro pues el pesimismo es una osamenta demasiado pesada de cargar que no permite la acción transformadora. Tampoco es cuestión de criminalizar, de satanizar los medios. Pueden ser también instrumentos de comunicación, de información y educación excelentes; de entretenimiento también. Gitlin nos ofrece un buen comienzo: “Propongo que nos detengamos e imaginemos todo el panorama de nuevo, que tomemos en serio los medios, no como una cornucopia de artilugios fabulosos o una colección de problemas sociales, sino como una condición central a toda una forma de vida. Quizá si nos distanciamos de las ondas del momento, la semana o la temporada y contemplamos el torrente en su totalidad, podremos saber qué queremos hacer además de cambiar de canal.” (Gitlin. 2001. Traducción de la autora.) Gonzalo Abril también es optimista: “En ese delite silencioso, autodestructivo y nihilista que prodigan las pantallas ubicuas se estorba el potencial político de la mirada, que no reside sólo en la capacidad de sinopsis, sino sobre todo en la apetencia de horizonte, es decir, de un más allá de la imagen presente.” (Abril. 2003) Kapuscinski entiende que: “Se trata de un fenómeno nuevo, demasiado nuevo para que la civilización humana haya podido generar los anticuerpos que combatan sus patología como la manipulación, la corrupción la arrogancia.” (Kapuscinski. 2003) Nos sugiere que la profesión busque nuevas fuerzas, nuevos puntos de vista, nuevas imaginaciones. Que nuestra actividad debe estar “marcada por una opción ética muy fuerte y por la necesidad del riesgo, de la experiencia directa y de la compenetración.” (Kapuscinski, 2002) Ramonet también pone el acento en nuestra responsabilidad, dice: “Hoy sabemos con espanto, que nuestra sumisión y el control de nuestros espíritus no serán conquistados por la fuerza sino a través de la seducción, no como acatamiento de una orden, sino por nuestro propio deseo, no mediante el castigo, sino por el ansia de placer . . .” (Ramonet. 2000) Como acción muy concreta propuso en el Foro Social de Brasil la creación del Observatorio Internacional de Medios-Media Watch Global como

una arma cívica, pacífica, que los ciudadanos utilizan para oponerse al nuevo superpoder de los medios, una fuerza ante todo moral y de orden planetario, un contra-poder. Hasta la fecha ha hecho muy buen trabajo. Yo le conozco por su trabajo como observador del machismo y sexismo en los medios y su lucha por encontrar nuevas formas de informar sobre las mujeres. (Ramonet, en Álvarez, 2005) Alejandro Bárcenas en un ensayo incluido en un libro que analiza la filosofía del *Daily Show* propone una sana dosis de cinismo como el de Jon Stewart que con su cinismo cómico no sólo hace reír a los receptores de su programa sino que los pone a pensar. (Holt, 2007) Un reciente Informe Rasmussen parece estar de acuerdo pues una encuesta reciente señala que un tercio de los estadounidenses menores de 40 años creen que los programas satíricos como el de Stewart serán los que ocupen el lugar de los diarios cuando éstos desaparezcan.⁶

Sea como fuere, ante todo queda nuestra propia responsabilidad como emisores, los que somos periodistas o de alguna forma trabajamos en los medios o escribimos sobre ellos, la de quienes pretendemos educar sobre los medios, sobre la comunicación y la de los receptores que somos todos. Debemos desarrollar nuestro conocimiento y nuestras conciencias, la imaginación y creatividad y las acciones para hacer de los medios fuentes de información, educación, lugares de encuentro para la crítica y de movilización democrática, desarrollar como pide Abril el potencial político de la mirada. Y también, por qué no, exigir el entretenimiento productivo. En ello nos va la defensa de nuestra humanidad.

Muchas gracias.

⁶ Agencia AFE, Washington. **El País**, Madrid, 4 de abril de 2009.

Referencias Bibliográficas

- Gonzalo Abril. *Teoría general de la información, Datos, relatos y ritos*, Madrid, Cátedra, 2005; *Cortar y pegar, La fragmentación visual en los orígenes del texto informativo* Cátedra, Madrid, 2003.
- Alejandro Bárcenas. “*Jon the Cynic: Dog Philosophy 101*” en: Jason Holt, edit., *The Daily Show and Philosophy*, Blackwell Publishing, Australia, 2007.
- John Berger. *Modos de ver*, Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, 2000.
- Marshall Blonsky, editor. *On Signs*, The Johns Hopkins University Press, Maryland, 1985.
- Asa Briggs y Peter Burke. *De Gutenberg a Internet, Una historia social de los medios de comunicación*, Madrid, Taurus, 2002.
- Pierre Bourdieu. *Sobre la televisión*, Editorial Anagrama, Barcelona 1997.
- Néstor García Canclini. *Culturas Híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Paidós, Barcelona, 2001.
- Guy Debord. *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1990.
- Todd Gitlin. *Media Limited, How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*, Henry Holt, New York, 2001.
- John Fiske. *Television Culture*, Routledge, Londres, 1987; *Reading the Popular*, Unwin Hyman, Boston, 1989
- Mar de Fontcuberta. *La noticia, Pistas para percibir el mndo*, Paidós, Barcelona, 1993.
- Jesús González Requena. *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*, Cátedra, Madrid, 1988.
- Gérard Imbert. *El zoo visual, De la televisión espectacular a la televisión especular*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2003)
- Ryszard Kapuscinski. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ve, oír, pensar)*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003; *Los cínicos no sirven para este oficio, Sobre el buen periodismo*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2002.
- Nicholas Mirzoeff. *Una introducción a la cultura visual*, Paidós, Barcelona, 2003.
- Ignacio Ramonet. *La golosina visual*, Debate, Madrid, 2000; *La tiranía de la comunicación*, Debate, Barcelona, 2003; “Información y democracia en la era de la

- globalización”, en: Silvia Álvarez Curbelo. *Comunicación, democracia y ciudadanía*, UPR, Escuela de Comunicación, 2005.
- Omar Rincón. *Televisión, video y subjetividad*, Editorial Norma, Bogotá, 2002.
- Margarita Riviére. *La década de la decencia*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1995.
- Giovanni Sartori. *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid 1997.
- Mario Vargas Llosa. “La civilización del espectáculo”, Letras Libres, México, febrero, 2009.
- Manuel Vázquez Montalbán. *La palabra libre en la ciudad libre*, Gedisa, Barcelona, 1979.
- Janet Wasko. *Understanding Disney*, Polity Press, Cambridge, UK, 2001.