

## LOS MEDIOS COMO FINES

Dr. Francisco Roco Godoy\*

Académico Dpto. de Ciencias Sociales

Escuela de Periodismo

froco@userena.cl

Gran conmoción generó en el mundo político y de las comunicaciones la noticia que circulara a mediados de 2009, en la que se vinculaba a un ex legislador brasileño con una organización mafiosa que realizaba crímenes por encargo. Wallace Souza –que era el nombre del ya fallecido inculcado-, alcanzó gran popularidad como presentador de noticias en el canal de televisión “em Tempo” de la ciudad de Manaus del estado de Amazonas. La notoriedad alcanzada como imagen televisiva lo catapultó a la vida política, llegó a ser el candidato electo más votado en las elecciones donde logra un escaño como diputado federal por el partido progresista. Entre varias acusaciones en su contra, se lo responsabiliza de la muerte por encargo de un narcotraficante.

Este posible crimen podría ser uno más de tantos que abundan en los noticieros “rojos” de la prensa mundial. Es más, podría considerarse otra prueba de la maldad e insensatez que acompaña la condición humana desde sus remotos orígenes. Sin embargo, a nuestro parecer, ofrece una variante inédita en la

---

\* Dr. En Filosofía. Académico del Departamento de Ciencias Sociales. Profesor de Filosofía Contemporánea y Teoría de la Comunicación de la carrera de Periodismo. [froco@userena.cl](mailto:froco@userena.cl)

historia, que no radica en el crimen por encargo típico de las legendarias *vendettas* y otros ajustes de cuentas, en los que se paga con la vida el incumplimiento del acuerdo, constituyéndose la muerte en moneda de cambio. En este caso (si es efectivo lo que se supone), habría un vínculo externo entre la muerte y su causa; es decir, es casi producto del azar. Se asesina para ser noticia. Se mata para mostrar en exclusiva a los espectadores esas cruentas escenas. El crimen por encargo para el *rating*.

### **Los medios de los *medios***

Producto del desarrollo tecnológico, en los últimos decenios han proliferado exponencialmente los medios de comunicación social: el dial saturado de emisoras; los kioscos rebosantes de diarios, revistas, *shoppers*, semanarios, quincenarios, suplementos, en distintos idiomas para diferentes receptores: adolescentes, adultos, hombres, mujeres, público gay y para las fragmentaciones de las divisiones. Los servidores de televisión, por su parte, ofrecen tantos canales como para hacer permanente *zapping* sin llegar a aburrirse. Si se suma a lo anterior esa fuente insondable que es Internet, se cae en cuenta de que los actuales medios de comunicación constituyen una red imposible de recorrer. Lo que otrora fuera el gran desafío cultural, encontrar información, hoy ha arribado al extremo opuesto: sobrevivir al asalto permanente y aprender a transitar en medio del denso universo simbólico que, como las selvas inexpugnables, obligan a caminar a tientas y en semipenumbras con el riesgo permanente de extraviar el camino.

Pero en tanto abundan los *medios* parecen escasear los grandes acontecimientos que en el pasado sirvieron de motor a la historia. Algunos piensan –Baudrillard, entre otros- que la sobreabundancia actual es de *medios*, de canales y no de hechos. Según el pensador francés, hoy se puede advertir una “huelga de acontecimientos”. Es cierto que algo acontece, incluso cuando “no pasa nada”. El lector quizá tenga la convicción de que por estos días hay más acontecimientos que en cualquier otro momento y eso explicaría la prisa con que se vive en la actualidad *versus* la pasividad del pasado. Lo que refiere Baudrillard es la ausencia de eventos relevantes generadores de transformaciones históricas y no solamente de alcance individual y a lo más interpersonal. El mundo post Guerra Fría parece haber entrado en una especie de fatiga histórica de lo grande, que se advierte a cada momento en la reviviscencia de lo retro y en el rescate de lo cotidiano, lo *intrahistórico*, el minimalismo. Cuando ocurrían grandes cosas se procuraba esconderlas, silenciarlas, hacer parecer que nunca ocurrieron. La ficción cinematográfica de los filmes de espionaje de los años sesenta, estilo agente 007, ilustran de buena manera el intento de desenmascaramiento de la información que permanecía a buen resguardo en secretas bóvedas de protegidas mansiones, en paradisíacas islas de imposible acceso para el común de los mortales, excepto –claro está- para el representante ilustre de la saga más exitosa del género, James Bond.

Hoy cuando, por una parte, las ideologías se han tornado globales, por ejemplo con el rótulo de posmodernidad, o se han irradiado por el planeta bajo las formas políticas de democracia y de economía de libre mercado, todo tiende a develarse desde el ideal de la *transparencia*. Para éste, ojalá nada permanezca oculto. Todo

debe estar en la esfera pública. “Lo que no se conoce no existe” es el lema. Por otra parte, está la necesidad de los medios sobreabundantes y sobrecalentados - según la expresión de McLuhan- que demandan más y más acontecimientos. Al estar muchos medios al aire las 24 horas del día requieren de fuentes inagotables de acontecimientos que permitan mantener abastecido el canal que se vacía rápidamente. El consumismo del mercado se extiende al ámbito de las comunicaciones sociales, sólo que en este caso, la demanda es mayor que la oferta, y no exclusivamente del público, proviene también de los mismos *medios*. A cada momento se encuentran ante la incertidumbre “¿y ahora qué?”.

Como es la necesidad quien crea al órgano, se ha producido una ampliación de los *medios*. A su tradicional papel de difusores, de *informadores* (de ahí su condición de *medios* o *canales*) se ha agregado la de *productores*; por ello, han extendido sus clásicos lugares de emisión. La mayoría de las radioemisoras, por ejemplo, han incorporado la participación activa de los auditores. A la “hora del taco”, buena parte de ellas recoge telefónicamente sus llamados y difunde opiniones, reclamos, peticiones musicales, saludos y toda suerte de intervenciones que colman el canal muchas veces hasta la saciedad. En este caso, las radios no *informan*; en estricto sentido: ponen al aire opiniones de otros que generan otras y así, sucesivamente, promoviendo un diálogo interactivo que no arriba a ninguna meta o conclusión preestablecida, sino que se agota en su condición de “medio”. Esto es, estimula el intercambio de *opiniones*, que son juicios personales respecto de algún tema y que pueden ser tan variadas como personas existan. Es muy posible que el *fin* actual consista en ser “medio” y que la pregunta por el *telos* corresponda a una mirada lineal de los hechos ampliamente

superada. Es altamente probable que a los eventos de hoy acomode más una mirada holística que evidencie el ingreso y reingreso de los acontecimientos al sistema, retroalimentando ciertos tópicos que por repetición logran estatus de creíbles e, incluso a veces, de “verdaderos”.

La televisión, por su parte, ha salido del restringido estudio y se ha instalado en el mundo para operar *in situ*, reforzando ciertos aspectos de la vida y creando otros. El “*reality show*” es, probablemente desde esta perspectiva, el evento más significativo: un espectáculo verosímil; es decir, ficción con apariencia real. No es ficción a la manera de la creación artística. Tampoco realidad al modo del documental. Es artificio televisivo: algo que acontece *efectivamente* ante los ojos del televidente, sin la máscara ni la despersonalización del actor que representa un personaje. El protagonista se comporta como sí mismo, en un contexto artificial. Estos programas han adquirido rango sustancial y carta de ciudadanía, llegando a constituirse en soportes de otros, en cuanto auspiciadores –es decir, comprando y difundiendo su propaganda como cualquier producto del mercado- o nutriendo de contenido a parte importante de la parrilla programática televisiva. Sin ellos sería impensable el nuevo formato de espectáculo, la “farándula” y el inédito oficio de “opinólogo”. Su aporte cuantitativo y temporal a la televisión es irremplazable, nutre permanentemente a los canales, aunque al final de mil y tantas horas de programación y observación a nada real se arribe. Aquello que pasa, pasa en la “tele”, en los *medios*.

Pues bien, volviendo al punto de partida, se puede elucubrar que los presuntos asesinatos atribuidos a Souza pertenecen a esta dimensión: hacer parecer que algo ocurre. En este caso concreto con una variante macabra: se priva de la vida

al “personaje” elegido para el clímax del show. El asesinato es parte de la trama del evento y lo es el mismo Souza, por cuanto no comunica lo que acontece, sino que *induce* su realización. Es autor, actor, guionista y especialmente su divulgador. Como en la mejor de las obras dramáticas cada acción avanza a su desenlace y espera alcanzar su plenitud, no en el teatro, sí en los *medios*.

### **La sociedad transparente**

El exponencial crecimiento de los *medios* hizo pensar a gran parte del mundo intelectual, especialmente a los más optimistas, que podría llegar a constituirse efectivamente el sueño de otrora: el advenimiento del “reino de la verdad”.

Si a los *medios* les ha sido encomendada la tarea de informar aquello que acontece en el seno de la vida social, debieran –en rigor, tendrían el derecho y la obligación- de revelar lo que acontece en sus múltiples ámbitos. Por lo tanto, la tarea desocultadora (*alétheia*) asignada tradicionalmente a la ciencia y la filosofía debiera extenderse a los *medios*. De hecho, así ha acontecido. Sin la intervención de la prensa, el “caso Souza” habría sido registrado y olvidado en un archivo judicial como un delito más. Es la diligencia periodística quien lo saca del anonimato y lo transforma en noticia, otorgándole el estatuto ontológico de ser. “Es” *porque* está en los *medios*.

No cabe duda de que sin la intermediación de la prensa nunca habría podido conocerse la matanza de estudiantes en Tiananmen, no obstante, los múltiples esfuerzos del gobierno comunista chino por acallarlo (se controla estrictamente la cobertura de la información de los periodistas chinos y se expulsa la prensa extranjera). Tampoco habría podido conocerse la vida, pasión y muerte de Lady

Di, a pesar de los ingentes esfuerzos de la corona Británica para desencantar a los plebeyos del hechizo de la princesa. Nadie habría podido condolerse del extenso y doloroso cautiverio de Ingrid Betancourt y sus compañeros, plagiados por la guerrilla revolucionaria colombiana. Asimismo, son los *medios* quienes revelan el turbio secreto de Richard Nixon y sus secuaces, conocido como *Watergate*; los cruentos asesinatos de la dictadura militar chilena y hasta las recientes dotes adivinatorias deportivas del pulpo Paul (cuya desaparición abriga el temor de la inserción del caos y sinsentido en el mundo). Quizá el evento más emblemático lo constituye la publicación *Yo acuso*, en L'Aurore de París, en 1898, del escritor francés Emilio Zolá, quien denuncia la injusta condena contra el capitán Robert Dreyfus –alsaciano y judío-, acusado de traición en un juicio a todas luces viciado, con el fin de proteger a otro militar y cubrir la ineficiencia de la corte militar francesa. Zolá instala en la opinión pública el debate político y pone a la luz sórdidas maquinaciones de funcionarios del Estado ¡Qué gran triunfo de la prensa! ¡Qué poder capaz de destruir el vicio, el secreto y la corrupción (aunque el autor probablemente pagó con la vida su revelación)! El enigma y el secreto tienen sus días contados. Sólo es cuestión de tiempo. Los *medios* harán del mundo un lugar transparente.

Sin embargo, con la misma prontitud e instantaneidad con que informan, los *medios* olvidan. Es difícil seguir a su través la continuidad de los hechos. Cada acontecimiento goza su minuto estelar para luego desaparecer y dar paso a otros que inundan los canales. La proliferación mediática ha colaborado en la conformación de una cultura “destellar” (Toffler), por su carácter efímero y pasajero –de la “eyaculación precoz”, según Baudrillard- donde los *eventos*

iluminan fugazmente el espacio mediático para luego sumirse en una especie de amnesia colectiva. Pero como los canales demandan los medios se ven enfrentados al síndrome del espacio vacío, que debe ser urgentemente abastecido. Para satisfacer ese requerimiento, los *medios* suelen reaccionar, entre otros, de dos diversos modos.

A veces tornan difusa la clara y convincente información entregada por ellos mismos. Instalan un manto de sospechas que hacen dudar de su veracidad, ya sea por cuestionar sus causas, invalidar sus consecuencias, inculpar diferentes agentes, negar sus motivaciones, etc. En tanto mayor el interés del público respecto de lo informado, mayor el número de relaciones establecidas en su tratamiento. Así, por ejemplo, del caso Souza no se llega a saber *por los medios* su exacto grado de participación en el crimen; respecto de la matanza de jóvenes en Tiananmen, nunca se supo el número preciso de muertos: ¿fueron 400, 800 ó 1600?, ¿y los heridos: 5000 u 8000?; tampoco es posible saber la causa real de la muerte de Zolá ¿asfixia por emanaciones tóxicas de la chimenea de su hogar? Los *medios* informan y desinforman, en la misma medida, configurando una densa maraña de acontecimientos reales o ficticios que rara vez se encaminan a un fin. Es decir, los hechos no concluyen, permanecen olvidados en la penumbra posterior al destello de luz que les dio vida. García Márquez, con la maestría que lo caracteriza, construye una gran metáfora de esta suerte de difusos límites entre lo real y maravilloso con que las frecuentes dictaduras latinoamericanas, ayudadas por la comunicación social, (des)informan de sus crímenes: es la “leyenda” que circula por Macondo de la matanza de tres mil trabajadores por parte del ejército y llevados en doscientos vagones para echarlos al mar. El mundo actual parece ser



la extensión de Macondo, el lugar donde nadie puede conocer exactamente los límites de la realidad.

Otra posibilidad que se ofrece a los *medios*, es la construcción deliberada de los sucesos que transmiten y que, como se ha dicho, conforman complejas redes comunicativas. La sobreabundancia de mensajes y signos responde, además de los requerimientos del público, a la lógica economicista imperante en la sociedad global actual. Los mensajes, las ideas, las entretenencias, las fabulaciones y confabulaciones, se fabrican como cualquier producto del mercado, regido por la oferta y la demanda. Junto a los automóviles, electrodomésticos, alimentos, ropas, se encuentra la mercancía comunicacional, en diferentes soportes: radio, prensa, revistas, Internet, paletas de propaganda vial. Aunque no se agota absolutamente como *presencia* –como lo “ante los ojos”-, a buen resguardo está el *stock* o las existencias, en espera del momento oportuno para su aparición pública. El mercado comunicacional *descubre, produce, acumula, distribuye, cambia, dispone y dirige* (Heidegger). Por estos días, es *el poder* donde confluyen lo ideológico y lo económico.

### **La fabulación del mundo**

De lo reseñado hasta aquí pudiera colegirse que la expansión de los *medios* ha sido el gran pecado del siglo XX y que ellos constituirían la proliferación contemporánea de lo maligno, por lo que debería procurarse su rechazo o cuando menos su reorientación. Para la visión “apocalíptica”, según la expresión acuñada

por Umberto Eco, los medios de comunicación atentarían contra la cultura, generando la destrucción de los productos egregios creados por selectas minorías. Además, su expansión llevaría aparejada la rebelión de las masas y con ello el peligro de alterar los cauces “naturales” del poder y el advenimiento a la historia de grupos humanos exentos de toda preparación. (Ortega).

En rigor, lo acontecido es que los *medios* han extremado la posibilidad que radica en el lenguaje mismo y por su constitución lingüística forma parte de su naturaleza. El lenguaje es un sistema arbitrario y convencional que *designa* y *representa* otra cosa. La relación entre el signo –la palabra- y el significado es inesencial (aunque lo *designado* jamás podría ser sin la intervención lingüística).

En tal sentido, el lenguaje es *tropos*, figura retórica que *inventa* un nombre para los entes del mundo (aunque antes de la nominación no hay ente ninguno). “R-a-t-ó-n”, por ejemplo, es un signo compuesto por cuatro fonemas, dos sílabas, de acentuación aguda, y que no tiene vínculo ninguno con el animal roedor que designa. Por eso la palabra no atemoriza, ni repugna, ni transmite el virus hanta.

El lenguaje es la primera organización estructural del mundo, y ella es de carácter metafórica. Con el prolongado uso, esto se olvida y se tiende a confundir la palabra con la cosa misma. Más aún, el lenguaje por sus atributos de plasticidad, movilidad y versatilidad, que le permiten adquirir una y mil *formas*, termina invisibilizándose. Quizá la palabra “naturaleza” sea una de las metáforas ordenadoras más originarias, por una parte y, menos evidente, por otra. A “todo el mundo” le parece que la unificación de la multiplicidad y de aquello que nace *de o por* sí mismo (*natura, naturata*) careciera de cualquier intervención humana. Lo que por cierto no es así. “Naturaleza” es ya una relación infundada que establece

la conciencia. Tanto como predicar “árbol”, “luna”, “pena” o “mañana”. La posesión de lenguaje es el gran privilegio de la condición humana y, precisamente, es esa posibilidad quien le permite desvincularse del contenido concreto y poder mentir, crear mundos fantásticos, transitar en el tiempo y el espacio –recordar, proyectar e inventar. Los lenguajes específicos como el filosófico, el técnico, las fórmulas científicas y matemáticas son *interpretaciones* (metáforas) sobrepuestas a otras, signos sobre signos que sucesivamente concatenados van tejiendo la densa red antes aludida. Considerado el fenómeno comunicativo desde esta perspectiva, se deduce fácilmente que ni las ciencias ni la filosofía acceden a la *verdad*, entendida como principio universal y absoluto; es, más bien, construcción lingüística que se valida socialmente hasta lograr vigencia social e histórica. Entonces, la *verdad* no sería *adaequatio rei intellectus*, sino más modestamente “interpretación de la cosa por el ser humano”.\*

En virtud de estos antecedentes se comprende que los *medios* no pecan ni traicionan ningún valor trascendental al crear eventos y noticias, ni menos deben expiar su carácter social y, muchas veces, definitivamente masificado. Actualizan la posibilidad que arraiga en su esencia. Sin su condición arbitraria no habrían sido posibles los poemas de Homero, la metafísica de Platón, la escatología cristiana, ni la física de Newton ni ningún otro proyecto que vaya más allá del determinismo causal.

Si sorprende más la fabulación actual en manos de los *medios* es a raíz del fuerte estímulo que ellos han recibido, en los últimos decenios, de parte de la tecnología

---

\* No se desconoce la complejidad del tema ni la multiplicidad de objeciones que se pueden formular a estas últimas ideas expresadas, pero dado el carácter de extrema síntesis del escrito no es posible, por ahora, hacerse cargo con gran rigor intelectual como el tema lo amerita.

electrónica. Así como el cazador y el leñador de antaño no ponían en riesgo la fauna ni el bosque nativo por el escaso poder del arco, la flecha y el hacha, tampoco revestía riesgo la fantasía del vate puesto que circunscribía su ficción a círculos de auditores reducidos y a escasísimas posibilidades técnicas, básicamente corporales. Los límites entre la ficción y la realidad estaban claramente delimitados. En casos extremos, como en el extremado extremeño don Quijote, podían confundirse los niveles de realidad y entrometerse en la representación de Maese Pedro, el titiritero. Hoy, en cambio, la tecnología ha dotado al humano de un poder insospechado a tal punto de ser capaz de poner en riesgo lo que parecía inagotable, eterno y permanente: el poder de la naturaleza. Pero sobremanera, le ha permitido otorgar estatuto ontológico a la ficción que ha sobrepasado con creces el clásico concepto estético de verosimilitud como testimonia también el cine de hoy, así en la saga Matrix. La fantasía, ha dejado de ser la loca de la casa y se ha transformado en reina y señora del tiempo. En innumerables ocasiones nunca se llegará a saber si aquello que los *medios* informan ocurre efectivamente; es decir, es real o simple simulación. El incipiente asesinato por *rating* puede ser el síntoma del tiempo y Wallace Souza, su figura. Pero ¿qué otra cosa podría esperarse del animal parlante que es el ser humano? Quien habla, *fabla*, fabula... Miente.