

Restricciones al periodismo directo: mecanismos de socialización y propagación imitativa

Antonio Fernández Vicente

Universidad de Murcia

eresicton@yahoo.es

Presentación en el congreso a cargo del autor.

Mesa 2: Periodismo directo; las fuentes hacen periodismo; las audiencias hacen información

Palabras clave: periodismo directo, socialización, teoría de la imitación, filosofía política.

Resumen:

Uno de los resultados del proceso de desintermediación en las comunicaciones puede concebirse como la socialización del periodismo. De esta manera, los canales dominantes de difusión informativa pierden su hegemonía. Se trata de la transferencia del poder comunicativo desde la cúspide de la pirámide hacia sus bases.

El modo en que se nos presentan los hechos por parte de los testigos directos se encuentra, no obstante, a su vez distorsionado por el clima de opinión generado históricamente en la esfera pública. Desde las estrategias pedagógicas hasta la socialización a partir de los medios tradicionales, toda una serie de marcos referenciales y nociones previas violentan la manera de concebir y contar el mundo que percibimos con nuestros propios sentidos.

En consecuencia, asistimos a la paradójica exaltación de un periodismo beligerante hacia los poderes centrales y unidimensionales, mientras las grandes corrientes de opinión siguen enmarcando los discursos de estos ciudadanos reconvertidos en suministradores de información. El ensayo incide en los mecanismos de mediación sociológica que filtran el periodismo ciudadano. Tanto desde un punto de vista macrosociológico como microsociológico, el concepto de desintermediación informativa ha de ser restringido en razón de la obligatoria inclusión de todos los individuos en los resortes de coacción sociológica. Un uso político y normativo de todo periodismo y, por extensión del ciudadano, ha de partir necesariamente de la socialización crítica y reflexiva tanto de los emisores como de los espectadores de informaciones. De lo contrario, si los mecanismos de socialización continúan perpetuando una conciencia inconsciente, carente de proyección histórica y contextual, el periodismo ciudadano no será sino una reverberación de la delicuescencia de los medios de información comerciales.

Índice

Introducción	2
1. El periodismo directo como desintermediación informativa	5
2. Determinaciones macrosociológicas del periodismo directo.....	8
3. Imitación microsociológica: la responsabilidad política del periodista	13
4. Conclusiones: hacia la socialización política de los medios.....	18

[...] Aprender a desplazarse en el tiempo -es decir, aprender historia- es educar a la mirada para analizar el presente, darle unas herramientas, volverla menos ingenua o menos crédula, volverla libre. Por el otra lado, escapar, en la medida de lo posible, a las barreras de la época en que se vive es el modo más auténtico de libertad. Por tanto, una vez más, la educación es la mejor garantía de que se cumplan estos objetivos. En toda verdadera democracia, la movilidad de la mente debería ser el ideal absoluto, la obligación principal.

Marc Augé, *Por una antropología de la movilidad* (p. 91).

Introducción

Al considerar la noción de “periodismo directo”, es posible apreciar una perversión del lenguaje que deja de lado las mediaciones sociales. En efecto, la propia expresión parece ratificar los postulados sobre la desintermediación comunicativa. Se trata de un fenómeno anexo a las nuevas tecnologías de la comunicación y que, de hecho, aparece ligado a las emergencias de la cultura participativa, a la creatividad y la innovación como valores clave de la sociedad actual, así como al imperativo de trascender los *corps intermédiaires* de Durkheim. Así lo explica el antropólogo Marc Augé en su ensayo sobre los mundos contemporáneos:

Chacun est ou croit être en relation avec l'ensemble du monde. Aucune rhétorique intermédiaire en protège plus l'individu d'une confrontation directe avec l'ensemble informel de la planète ou, ce qui revient au même, avec l'image vertigineuse de sa solitude (Augé, 1994: 135-136).

Habilitación de los usuarios como productores informativos, el periodismo directo nace de la universalización de las tecnologías digitales. El énfasis tiene que ver aquí con la puesta en relación inmediata de los acontecimientos y los espectadores. Es posible advertir cómo los filtros especializados del periodismo son rebasados, y con ellos gran

parte de las ignominiosas influencias que han devaluado la profesión. La homogeneización de los contenidos, la censura ya sea por limitación o por sobreexposición de informaciones quedaría así en un segundo plano. A las innumerables tergiversaciones debidas a los intereses institucionales, políticos y empresariales de los grandes grupos de comunicación, se opone la pluralidad potencial de fuentes anónimas en gran medida. Dicho de otra manera, se diría que a través de las tecnologías comunicativas, son las audiencias quienes se comunican entre sí, fracturando de esta manera el modelo unidireccional que negaba el derecho a réplica.

El acceso directo a los acontecimientos vendría legitimado por una especie de *se impersonal*, donde la impronta objetivista otorgaría una mayor veracidad que la del periodismo profesional. Los relatos corren a cargo de los implicados, de los testigos que proporcionan de primera mano un cuadro sinóptico de lo que ocurre. Si añadimos a esta multiplicación de fuentes la crisis funcional y de credibilidad del periodismo, en el que la profesión degenera siguiendo una tendencia histórica hacia la servidumbre más vergonzosa respecto a los flujos multinacionales de capital, es fácil enaltecer las virtudes del periodismo directo, al tiempo que ignoramos sus miserias.

Sin embargo, la independencia directa de los usuarios reconvertidos en suministradores de información oculta las heteronomías mediatas. Me refiero a las coacciones sociológicas que todo individuo hace suyas desde el nacimiento hasta la muerte. Las violencias simbólicas comprendidas por Pierre Bourdieu (*cf.* Fernández Vicente, 2009), la habituación a costumbres, rutinas, esquemas de pensamiento y de acción provenientes del medio social conforman los aspectos del individuo, que es al tiempo producto y elemento de la sociedad. Sería ingenuo aplaudir el nacimiento de una emergente comunidad de productores simbólicos sin antes tener en cuenta las implicaciones de un periodismo directo y, al mismo tiempo, mediado por las instituciones y relaciones sociales.

La reflexión sobre el periodismo directo, el periodismo ciudadano o también llamado el periodismo democrático, debe de modo inexcusable formular la siguiente cuestión: ¿De qué forma puede el periodismo directo soslayar las estructuras del poder informativo? La pregunta contiene tres premisas que convendría aclarar. La primera de ellas se refiere a la emancipación de los periodistas ocasionales respecto de los canales institucionales de comunicación masiva. Doy por hecho que existe una fehaciente oportunidad de apartarse

de estos cauces. Manuel Castells, de un modo bastante neutral, habla en términos de “autocomunicación de masa”. Ya con anterioridad a la emergencia de las tecnologías digitales existía la posibilidad de llevar a cabo una comunicación masiva fuera de las instituciones. Lo que cambia hoy es la escala, la simultaneidad y el alcance de nuestras comunicaciones masivas, además de una confortable comodidad en el acceso a las redes globales.

La segunda premisa implícita en nuestra cuestión se centra en la intención normativa que habría de orientar a todo periodismo, y en especial al ciudadano. Se trataría de articular un espacio informativo político, en el sentido que Hannah Arendt atribuía a la política. Es decir, la expresión de la pluralidad de los hombres, de su diversidad y la multiplicidad de los puntos de vista, a pesar de que todos nosotros vivimos en el mismo mundo. Al mencionar “las estructuras del poder informativo”, aludo a los juicios predeterminados, a las rígidas jerarquías que formalizan el contenido de los medios y obstaculizan una mirada diversa sobre un mundo que es en origen heterogéneo. El mayor de los riesgos para estas nuevas formas de periodismo ciudadano reside en perpetuar una imagen unidimensional y pobre de la pluralidad de mundos. Tanto más cuanto con ello, son los propios ciudadanos quienes “purifican” (cfr. Sennett, 1975), en cierta medida, su personalidad, y con ello se intensifican las intransigencias y las intolerancias. La posibilidad de que lleguen a la esfera pública testimonios de primera mano carece de valor sin la intención manifiesta de denunciar las iniquidades de nuestro mundo -o de alabar lo que está bien en el mundo, como sostenía Chesterton. Tampoco es útil sin la mirada abierta del individuo que reconoce en el que es diferente a otro ser humano, como él mismo.

La tercera y última premisa apunta al propósito capital de esta comunicación. Es imperativo situar en contexto, no sólo al periodismo ciudadano, sino al espectador de este tipo de periodismo. En concreto, el proceso de socialización informativa no puede desligarse del más amplio universo de la socialización. En ella, por ella, el individuo interioriza un conjunto de mandatos, de autoacciones que condicionan nuestro modo de vivir, de pensar y de actuar¹. La figura del periodista ciudadano no nace de la nada, sino

¹ A este respecto, cfr. Elias, Norbert, *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, FCE, México, 1989 (2ª edición). Un mundo “civilizado” sería aquel en el que las coacciones sociales se han ido interiorizando hasta el punto de ejercer un condicionamiento sibilino y mucho más efectivo que las coacciones

que ha sido y es impresionada por toda una serie de estímulos cognitivos, afectivos y en definitiva pedagógicos que actúan como filtro intermediario.

En consecuencia, la primera sección tratará de esclarecer cuáles son los atributos del periodismo directo, entendido como un fenómeno de desintermediación informativa. En un segundo epígrafe, trazo un somero repaso a las determinaciones macrosociológicas que pueblan nuestro espacio de conocimiento y prácticas. Un ejemplo muy cercano a los docentes será el del diseño empresarial del EEES. A continuación, la microsociología de Gabriel Tarde nos ayudará a descender desde las grandes coerciones piramidales, tan bien representadas por Émile Durkheim, hasta las moleculares, monádicas. En éstas, incluso una simple conversación propaga corrientes imitativas. Ante este paisaje de heterodirecciones, del que nadie está exento, la última sección tratará de esbozar modos para el cabal ejercicio del periodismo ciudadano y político. La educación, la formación de sí mismo parece ser el camino más ventajoso para la constitución de un espacio público de diversidad y verdaderamente democrático.

1. El periodismo directo como desintermediación informativa

Suelen generalizarse con demasiada frecuencia expresiones con un significado incierto. En gran medida a través de los medios informativos, estos solecismos desvalorizan e incluso deshistorizan tales términos, que quedan como verdades naturalizadas, como mitos, como comprendió con lucidez Roland Barthes. Si consideramos el periodismo directo, ciudadano, democrático, es preciso antes preguntar el socrático *τί ἐστι*.

En primer lugar, a pesar de todo el cúmulo de definiciones sobre el periodismo que se han ido sedimentando en los manuales universitarios y estudios sociológicos, preguntemos por el periodismo. Una definición normativa señalaría la puesta en relación entre acontecimientos de la esfera pública y los ciudadanos. El periodista sería así el resorte intermediario, a modo de primer intérprete de los hechos. De ahí que sea una cuestión capital que su relato vaya refrendado por un acercamiento reflexivo a lo que acontece. Además, para que esta aproximación crítica sea efectiva, el periodista debe poseer el suficiente capital cultural, perspicacia y valentía para identificar el papel de los diferentes actores sociales, los juegos de poder y las conexiones no tan evidentes entre

frontales y verbalizadas.

unos sucesos y otros. Aunque pudiera parecer que me limité a denunciar las investigaciones propias del periodismo especializado, todo periodista se halla compelido por la responsabilidad social de su profesión.

El problema viene dado por la inclusión del periodista en la estructura de la empresa de comunicación de masas. Intereses económicos y políticos hacen derivar el papel romántico del periodista hacia el servilismo respecto de las grandes concentraciones de capital -discurso desde la perspectiva de las democracias liberales. El descrédito de la profesión tiene su origen, sin duda, en la transformación de la figura del periodista en simple mercenario. De esta manera, o bien el panorama informativo se satura de informaciones deliberadamente manipuladas, sesgadas, que pasan casi desapercibidas en un público tendente a la indiferencia; o simplemente los temas abordados desembocan en la aberración periodística y pueril que se da en llamar *infotainment*. Desde esta perspectiva, es pertinente, incluso deseable la desintermediación informativa, habida cuenta de la catástrofe informativa que puebla de estereotipos perniciosos nuestras mentes.

La función pública y política del periodismo exige esfuerzos intelectuales tanto en el emisor como en el receptor. Habría que atender al sentido etimológico de la voz "información", como *in-formare*, es decir, dar forma sustancial, instruir a los ciudadanos para la comprensión cabal y racional, para el discernimiento de las tensiones y contradicciones del mundo que habitamos. Sólo de esta manera, el periodismo ejerce de cortapisa a los poderes establecidos, transfiriendo así una parte del poder político hacia los ciudadanos y la opinión pública. Se trata de fomentar una sociedad consciente del alcance de los problemas actuales, en la que los argumentos y análisis dejen a un lado la emotividad y el carácter superficial y a corto plazo que se extiende en las valoraciones de nuestros días.

En su célebre ensayo publicado en 1922, Walter Lippmann advertía sobre la necesidad de un mediador responsable a la hora de conformar una legítima opinión pública. La lectura de *Public Opinion* trasluce la polarización de los actores en la esfera periodística: por un lado, los formadores de opinión, normalmente intelectuales especializados; por otro, los receptores pasivos, el "rebaño desconcertado" que no correspondería más que a recipientes pasivos, una *tabula rasa* donde los dirigentes de opinión habían de inscribir su

visión del mundo. El elitismo y reduccionismo de esta concepción no da cuenta de que las condiciones de recepción también influyen en la construcción del significado. Se trata de algo que Manuel Castells ha llamado “audiencias creativas” en su monografía sobre *Comunicación y poder* (2009: 178 y ss.). Esta barrera imaginaria entre los que detentan el monopolio de la significación y quienes simplemente consumen de modo acrítico tal realidad construida obstaculiza el acceso a la diversidad de interpretaciones. De ahí las atribuciones propagandísticas de quienes impiden que las gentes conozcan los hechos de primera mano, por sí mismos, manipulando las noticias, haciendo visibles unas temáticas y soslayando otras según sus intereses. Ese significado que las audiencias son capaces de erigir, de acuerdo con sus propias categorías de entendimiento, incluso aunque se invierta en último término el significado originario ínsito en la intención del periodista, se ha visto hasta hoy canalizado en gran medida por la labor periodística.

Así, la figura del periodista como factor de mediación puede constituir tanto un instrumento de propaganda y desinformación (añadamos consciente y deliberada o inconsciente) como un primer intérprete riguroso y fehaciente. En este último caso, la intermediación del periodista, como la del profesor, ordena la gran confusión de acontecimientos, los sitúa en contexto y al mismo tiempo los relaciona con otros correlatos del tiempo pasado y presente. El estado del periodismo en la actualidad indica otra dirección: hacia el caos y la proliferación de noticias superpuestas cuyas explicaciones y análisis son del todo insuficientes para una comprensión global de los acontecimientos.

Ahora bien, ¿qué quiere significar la expresión “periodismo directo”? La dilución, precisamente, de este cuerpo intermediario. Al desplazar a los intérpretes institucionales de los sucesos, como es el periodismo profesional, se diría que los testigos directos, quienes perciben por sí mismos lo que ocurre, pueden actuar como reporteros ocasionales. Las tecnologías de la comunicación convierten a cada ciudadano en periodista potencial, dada su capacidad de poner en red los registros audiovisuales, así como sus crónicas y opiniones. No es necesario que esas informaciones circulen por los filtros de las empresas comunicativas. A primera vista, se trata del sistema de información periodística perfecto. A estos periodistas ocasionales nada les va en ello, en principio. No hay objetivos corporativos que coarten la libertad de expresión. Cada uno de los espectadores es al tiempo un potencial proveedor de contenidos. Se multiplican de este

Sin embargo, aquello que es cuestionable orbita alrededor del buen uso de estas innovaciones tecnológicas. Se puede decir todo (o casi todo) y hacerlo visible con un alcance planetario a través de la red. Otra cosa distinta es que aquello que se cuente tenga o no visos de información en el sentido que le he querido dar aquí. ¿De qué sirve que escapemos a los circuitos tradicionales de información si continuamos difundiendo los mismos esquemas simplificadores?

La desintermediación informativa y el periodismo directo a partir de las audiencias siguen manifestando los problemas de confianza y credibilidad que se denuncian continuamente en los círculos críticos del periodismo. ¿Qué porcentaje de informaciones proporcionadas por usuarios anónimos en Internet tiene realmente relevancia y rigor analítico? ¿Cómo discriminar las informaciones valiosas de las que no lo son? La tarea se plantea ardua, más aún cuando incluso en las informaciones que ya han pasado un filtro editorial, es difícil separar aquello que contribuye a la comprensión de los hechos sociales de lo que simplemente los enmaraña.

2. Determinaciones macrosociológicas del periodismo directo

La desintermediación informativa no comporta que se abolan las instancias intermedias. En este sentido, cabría considerar la noción de periodismo directo como una falacia en cierta manera postmoderna, donde el individualismo y la incertidumbre emanan como valores centrales. En otras palabras, se nos quiere hacer creer en que asistimos directamente a acontecimientos que no podemos percibir por nuestros propios sentidos. Hay que subrayar, además, que incluso nuestro contacto directo con el mundo viene precedido y enmarcado por nuestras biografías. A modo de ejemplo, ya en 1677, el filósofo holandés Baruch Spinoza negaba que pudiésemos hacer nada que antes no recordásemos. “No podemos -sostenía- decir una palabra si no nos acordamos de ella [...] Quienes creen que hablan, o callan, o hacen cualquier cosa, por libre decisión del alma, sueñan con los ojos abiertos” (1999: 200-201).

Toda decisión ha de referirse al conjunto experiencial del propio individuo, a sus memorias así como a la colectividad de la que forma parte desde una relación tanto interior -nos incluimos en la sociedad de individuos- como exterior -nos situamos enfrente

de la sociedad, tomáramos distancia respecto de ella y así la concebimos y enjuiciamos. Tal y como afirmaba Georg Simmel (1986: 46 y ss.), la socialización constituye una síntesis o simultaneidad de estas dos determinaciones opuestas: el individuo a la vez parte y todo, producto social y elemento desigual.

Aun cuando no es posible considerar la vida completamente determinada por lo social, siguiendo la exposición de Simmel, es indudable que esas acciones recíprocas de los individuos, que constituyen la materia de la socialización, configura y condiciona los modos de ser. Son estas relaciones mutuas, los influjos mutuos en el ambiente humano los que se van solidificando en la memoria del individuo. El sistema de representaciones que moldea nuestro marco mental tiene una incidencia central en la toma de resoluciones. No en vano, Simmel se reafirma en el “reconocimiento de que el hombre está determinado, en todo su ser y en todas sus manifestaciones por la circunstancia de vivir en acción recíproca con otros hombres” (1986: 13).

En consecuencia, tanto la construcción del relato periodístico como la recepción de esa “audiencia creativa” deben tener en cuenta la memoria socializada de los individuos. Las audiencias transformadas en fuentes de información han interiorizado unos modos de pensar, de actuar y de sentir que son el reflejo del poder práctico de la colectividad sobre cada uno de sus integrantes. ¿Qué valores irriga la sociedad de las democracias liberales? ¿No es acaso la primacía de lo económico sobre lo político? ¿La mercantilización de todos los bienes, incluso el código genético fuera de toda bioética? ¿Los vicios privados de Mandeville, que tienen como producto desigualdades públicas? ¿Qué papel juega el marketing omnipresente en la conformación de un nosotros gregarizado?

El periodismo directo, por su parte, se orienta por lo que Ferdinand Tönnies llamaría voluntad esencial, no calculada, orgánica y asumida de modo tácito. En realidad, el tránsito desde el periodismo profesionalizado, burocratizado y mecánico hacia el periodismo socializado reflejaría esa dicotomía entre ambiente comunitario y asociación delineada por el sociólogo alemán. El periodismo directo se refiere más al consenso tácito que a las intenciones deliberadas, sin perjuicio de que las intenciones reflexionadas, la voluntad arbitraria tendente a un fin determinado, también se hallen en la conciencia de los periodistas ocasionales. Las formas de poder en las democracias liberales siguen la

estrategia del consenso, de lo que no se puede discutir porque se da por hecho, natural, tal y como la centralidad del mercado como organizador de la sociedad no suscita debate alguno en la esfera pública hegemónica. *Pensée sauvage*, diría el recientemente fallecido Claude Lévy-Strauss

Esa memoria que Spinoza entendía como el punto de partida de nuestros actos, se encuentra atravesada por los procesos de educación, de pedagogía moral y, en definitiva, por los “hechos sociales” referidos a finales del siglo XIX por Émile Durkheim. La sociedad intenta regular todos los comportamientos del individuo, a través de unos modos tipificados de prácticas y de pensamiento que rebasan la esfera individual. Nos son exteriores. Estos tipos de conducta despliegan potencias imperativas y coercitivas que se irrigan en los individuos lo quieran o no. Se establece así una definición axiológica de lo normal y lo patológico, lo que es correcto y lo que no en función de los intereses del conjunto social.

La cuestión sobre las determinaciones macrosociológicas es crucial para superar las corrientes teóricas que solamente se centran en el individualismo y el egoísmo. Suele ser un punto común bastante trivial acusar a nuestra era de hallarse fundamentada por comportamientos puramente egocéntricos, tal y como los ensayos de Gilles Lipovetsky proclaman. A medida que crecen los lazos de interdependencia entre los seres humanos, se hace más densa y tupida la red de acciones recíprocas e influjos mutuos.

Durkheim preguntaba por estas coerciones que se tornan invisibles a la reflexión, en tanto se dan por sentado y no se suelen discutir. Por ejemplo, afirma no estar expresamente obligado a hablar francés con sus compatriotas, ni a utilizar monedas de curso legal, sin embargo, no puede actuar de otra manera. De igual modo, tampoco estamos obligados a utilizar las nuevas tecnologías, pero un imperativo tecnosocial nos obliga so pena de quedar excluidos de las redes de conocimiento y capital simbólico. Se trataría de reconocer, junto a esa parcela de libertad y autonomía que todo hombre, al menos, debería reservarse, un campo de condicionamientos exteriores expresados como hechos sociales. A la pregunta ¿qué son los hechos sociales? Durkheim responde:

Ils consistent en des manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu, et qui sont douées d'un pouvoir de coercition en vertu duquel ils s'imposent à lui. Par suite, ils ne saurait se confondre avec les phénomènes organiques, puisqu'ils

consistents en représentations et en actions , ni avec les phénomènes psychiques, lesquelles n'ont d'existence que dans la consciences individuelle et par elle" (1988: 96).

Sería vano intentar siquiera referir un listado aproximativo de algunas de las determinaciones macrosociológicas concretas que influyen en el periodismo directo. La colección se antojaría tan numerosa como el intento de representar todos los aspectos del mundo en el cuento de Borges *El congreso*. Ahora bien, quizás pueda subrayar una tendencia generalizada que enlaza a la perfección con el contexto socio-económico y cultural. El ambiente humano que se genera a través de los medios masivos comerciales proyecta una imagen naturalizada del primado de la racionalidad económica sobre otras facetas de la vida.

En concreto, hay valores como el arribismo, el consumo irracional, la indiferencia, la codicia que se van solidificando como objetos de consenso tácito, como algo deseable en lugar de otros valores propios del proyecto moderno como la ilustración, la democracia, la paz kantiana cosmopolita o simplemente la política. Decía Jean Luc Godard que la publicidad es para estúpidos. El problema viene dado cuando lo perverso no es ya que el mundo de la publicidad haya invadido campos que debieran apartarse de la lógica comercial del beneficio a cualquier coste, sino que todo mensaje parece haberse convertido en publicidad. La personalización y casi -me atrevería a decir- "vedetización" de la política es un claro ejemplo de esta deriva hacia el todo-marketing. Este es un proceso de mercantilización de la vida que privatiza todos los bienes e incluso a las personas, como bien señala el economista Ricardo Petrella en el marco del Foro de la Mundialización celebrado en Murcia en noviembre de 2009. En este mismo escenario, el politólogo Josep Ramoneda tituló su intervención "Totalitarismo e indiferencia", dejando entrever en consonancia con Petrella cómo el déficit político crea en la ciudadanía desconfianza y apatía en vías de convertirse en estructurales. Lo cual colige también esa irresponsabilidad de los grandes culpables de la crisis económica actual. La impunidad y esa abulia son la expresión axiológica de la brecha que escinde el pasado y el futuro respecto del presente. Se trata de la obsesión patológica por vivir el presente sin tener en cuenta las consecuencias en el futuro ni los errores y experiencias del pasado. *Présentisme*, según François Hartog; *Néotribalisme* para Michel Maffesoli.

Este pliegue a los poderes económicos por encima de los políticos, a propósito del cual Francisco Jarauta advierte sobre el riesgo de que las “democracias” se constituyan hoy por representantes sin representados, nos obliga sin duda alguna a replantear la centralidad de las mediaciones sociológicas en la configuración verdaderamente democrática y política de la sociedad. Y ello a pesar de esas teorías de la postmodernidad que enfatizan la autorreferencialidad del individuo, la pérdida de los grandes relatos que cohesionaban los cuerpos sociales, etc. El hecho de que el gran relato vertebrador de nuestra sociedad ensalce un cinismo -en el sentido de Peter Sloterdijk- despreocupado e insolidario, una gran nada deshumanizada no significa que pierda eficacia como mediación sociológica. Simplemente, las orientaciones no nos guían en su mayor parte hacia la politización de la vida, a los esfuerzos comunes por el bien colectivo, que es el de todos los individuos, sino hacia el mantenimiento de un modelo civilizatorio basado en el exceso y la insolidaridad, cuyos efectos perniciosos podemos comprobar de modo más agudo con el crash del capitalismo especulativo (cfr. Ramonet, 2009).

En otro orden de coerciones, complementario al déficit en la participación política de los ciudadanos, simplemente transformados en consumidores o parias, hay que señalar a la institución universitaria. Se trata de uno de los grandes mecanismos de socialización. En principio, las elites del capital inmaterial habrían de tener su origen en estos centros de divulgación de conocimiento y excelencia. Nuevamente, la separación que Hume observaba entre lo que es y lo que debería ser muestra el camino de nuestra reflexión. La experiencia nos dice que la universidad hoy se ha ido convirtiendo en un espacio meritocrático, en una carrera de obstáculos en la que los participantes deben ajustarse a las normas competitivas de movilidad ascendente para progresar. Se trata de un reflejo del modelo neoliberal de sociedad en las democracias actuales. El flamante y controvertido Espacio Europeo de Educación Superior gira sus transformaciones alrededor de dos ejes principales: la empresa y el concepto clave de empleabilidad de los saberes por una parte; y la entronización de la actitud y las capacidades antes que la transmisión de conocimiento por otra. Adaptación a la racionalidad económica y al *management* así como enseñanza vaciada de contenido: una nada sin propósito. Son innumerables las diatribas que desde el propio mundo universitario se han lanzado hacia estos pilares morganáticos de la universidad europea. El futuro en este caso nos aboca hacia la formación de universitarios acrílicos e incapaces de formarse una opinión o

Como es obvio, las generalizaciones y reducciones que acabo de exponer no han de comprenderse como un panorama fatalista y catastrofista de la época contemporánea. Afortunadamente, en esa doble relación interior y exterior entre el individuo y la sociedad siempre queda la intimidad para sustraerse a los condicionamientos sociales. Como sostenía Hannah Arendt, hablarse a sí mismo es un acto esencial para la formación política del ser humano. ¿Por qué no reivindicar ese espacio de soledad para comunicarse consigo mismo como con un otro? Sin embargo, desde un punto de vista pragmático, las determinaciones macrosociológicas del periodismo directo comportan una homogeneización creciente de la información, bajo la apariencia de pluralidad informativa. Ésta no puede nacer más que de la singularidad de sujetos periodísticos que antes se haya formado como personas únicas y capaces de darse a sí mismas sus propias normas, en la medida de lo posible.

Ejemplifiquemos. Durante este mes de noviembre de 2009, la bloguera cubana Yoani Sánchez ha sido objeto de una cobertura informativa fuera de lo común. Se trata de una “periodista independiente” que, desde La Habana, critica abiertamente las condiciones de existencia en su país. Las falsas acusaciones de torturas, censuras y malestar social se han visto contrarrestadas, sin embargo, por voces periodísticas autorizadas en portales como rebellion.org o DailyCensored. Es sintomático que este periodismo directo únicamente haya repercutido en los medios masivos cuando ha reverberado sus propios mensajes bajo la apariencia de crónica directa y desintermediada. Esta puede ser una de las claves del mecanismo macrosociológico de socialización periodística: para aparecer en la red mundial, para ser visible y adquirir singularidad es preciso, paradójicamente, perder la particularidad y sumarse al “rebaño desconcertado”.

3. Imitación microsociológica: la responsabilidad política del periodista

La perspectiva aérea de la sociología empirista de Durkheim no da cuenta, sin embargo, de las lógicas de propagación por imitación que fueron subrayadas por su opositor intelectual Gabriel Tarde. En lugar de observar los hechos sociales desde las generalizaciones y reducciones que tornan homogéneo el campo de estudio, los análisis sociológicos de Tarde nos enseñan que esa compacidad aparente sólo lo es en tanto

ignoremos que esta compuesta por una ininidad de pequeñas diferencias. Tendremos a conceptualizar como homogéneo lo que ignoramos, afirma Tarde. En el principio de esas continuidades y coerciones generalizadas, se hallan los elementos, lo infinitamente pequeño, las mónadas que se interrelacionan y se poseen de modo recíproco. La repetición de fenómenos y la copia de fenómenos parecidos proviene del triunfo de ciertas mónadas, individuos o grupos sociales, que logran atraer una sensación de superioridad en las creencias y deseos de sus acólitos (Tarde, 1999b: 57). Así, en lugar de describir los hechos sociales desde un enfoque deductivo, haciendo de las leyes sociales un *a priori* ya dado, el acercamiento microsociológico comprende que en el inicio de las estructuras sociológicas se halla la diversidad. Será por la imitación, fundamento del comportamiento social, como se homologuen tanto las conductas como los modos de pensar.

Lejos del idealismo que despersonaliza los hechos humanos, así como del individualismo que explica las transformaciones sociales por el capricho de algunas de estas mónadas, el acto social encierra una tendencia a la reproducción, que en su origen responde a la invención humana. De ahí las similitudes que encontramos en el medio social, véase con las grandes y pequeñas religiones, los movimientos estéticos, las ideologías políticas y las costumbres que han pasado de ser modas a sedimentarse tras la invención inicial. La tendencia natural a copiarse en los seres humanos se expresa como este contagio sin contacto que cimenta la vida social. La presencia de ideas comunes, propósitos colectivos, deseos compartidos en la sociedad no nace simplemente de un orden natural de la comunidad, como pretendía Tönnies. Ésta sería una forma de naturalizar y en cierto modo encantar, mistificar los resortes de la comunidad orgánica. La explicación ofrecida por Tarde de esta unificación de las voluntades se dirige hacia la idea de sugestión-imitación. Hay una responsabilidad implícita de los instigadores de imitaciones, de aquellos que con su innovación social, se presentan como ejemplo deliberado o no de actos sociales:

À partir d'un premier créateur d'une idée ou d'un acte, en a propagé [la suggestion] l'exemple de proche en proche. Les besoins organiques, les tendances spirituelles, n'existent en nous qu'à l'état de virtualités réalisables sous les formes les plus diverses malgré leur vague similitude primordiale ; et, parmi ces réalisations possibles, c'est l'indication d'un premier initiateur imité qui détermine le choix de l'une d'elles (Tarde, 1999a: 59).

La relevancia de la teoría social de Tarde se acrecienta a medida que los entresijos de la comunicación masiva van tomando la morfología de las redes. A la aparente descentralización comunicativa y la disolución de los centros de difusión global hay que oponer la constatación de las homologaciones que podemos observar a diario. ¿Cómo es posible que en un mundo donde cada uno de nosotros -de los ciudadanos del primer mundo interconectado- se arroga la potestad de convertirse en fuente informativa independiente, no encontremos más que corrientes repetitivas, miríadas de imitaciones que van de lo local a lo global, y viceversa?

Lo propio de la *chose sociale* no es la organización, afirmaba Tarde en sus *Lois de l'imitation*, sino la propagación. El aspecto irracional de la vida en sociedad aparece implícito en esta teorización. Lo que imitamos no lo hacemos siempre de modo consciente y calculado. Es lo que en teoría económica, John Maynard Keynes, tan en boga en el escenario político actual, denominó *animal spirits*². Presuponer que nos guiamos exclusivamente por motivaciones racionales comporta permanecer ciegos a los resortes espontáneos que nos dirigen hacia precisamente aquello que no es ni nunca nos será provechoso. Y ello simplemente, como señalaba Tarde, por la naturaleza imitativa de las cosas sociales: contagios sin contacto; influjos a distancia por los que reproducimos los ejemplos que otros a su vez también han reproducido. De ahí que Tarde ponga el énfasis de lo sociológico en la credulidad y la docilidad: "*La société, c'est de l'imitation, et l'imitation c'est une espèce de sonambulisme*" (2001: 147, cursiva en el original).

Lo que pudiera parecer una visión pesimista del medio social nos ayuda a clarificar cuáles son los medios para superar (en el sentido hegeliano de negar y llevar a un estadio superior) las condiciones existentes. Sería necesaria una posición supra-social, abstraerse del juego de reproducciones colectivas para traer a la vida verdaderas innovaciones sociales. En el campo del periodismo ciudadano, las redes de interdependencia que encadenan a los espectadores en los diferentes discursos

² Contra los presupuestos de la teoría clásica económica, que se basa en la racionalidad de los comportamientos individuales, Keynes reconoce la importancia de los sentimientos espontáneos, del optimismo proveniente de la situación económica, social y política a la hora de generar confianza en el estado de expectativas a largo plazo. "Gran parte de nuestras actividades positivas dependen más del optimismo espontáneo que de una expectativa matemática, ya sea moral, hedonista o económica. Quizá la mayor parte de nuestras decisiones de hacer algo positivo, cuyas consecuencias completas se irán presentando en muchos días por venir, sólo pueden considerarse como resultado de la fogosidad -de un resorte espontáneo que impulsa a la acción de preferencia a la quietud, y no como consecuencia de un promedio ponderado de los beneficios cuantitativos multiplicados por las probabilidades cuantitativas" (2004: 169-170).

mediáticos son canales de imitación: espejos para las posesiones recíprocas. Cuanto mayor sea el flujo comunicativo, menor será la independencia de los individuos a la hora de evadirse de este sonambulismo colectivo. No se trata ya de discutir qué clase de contenidos se divulgan a través de la pluralidad de redes. A pesar de la evidente idoneidad de elegir unos canales de información adecuados para la buena educación del espectador, por ejemplo *Le Monde Diplomatique*. Antes bien, lo que es deseable para la sociedad es guarecerse de esta confusión comunicativa, donde unos mensajes desmienten a otros, y así sucesivamente. Convendría poner en marcha una serie de revoluciones frías, como las solicitadas por Michel Houellebecq: desconectarse temporalmente del mundo comunicativo (tanto mejor si es en un relativo aislamiento como es el lugar de residencia del escritor francés: Cabo de Gata).

Quizás en un ensayo del filósofo italiano Mario Perniola, titulado *Contra la comunicación*, se vislumbre este efecto paradójico de la “comunicación”. El exceso de discursos contradictorios, la saturación de informaciones acaba por vaciar de contenido a los mensajes, que se anulan entre sí. El triunfo de la comunicación es la abolición de toda ideología y se priva así al lenguaje de todo poder, nos dice Perniola:

El objetivo de la comunicación es la supresión de toda certeza, confirmando una transformación antropológica que ha convertido al público en una especie de *tabula rasa* extremadamente sensible y receptiva, pero incapaz de retener lo que se escribe en ella más allá del momento de la recepción y de la transmisión. Paradójicamente, el público de la comunicación es pura conciencia que transmite y recibe aquí y ahora, pero sin memoria y sin inconsciente. Esto permite a los poderosos hacer y deshacer según su conveniencia momentánea sin permanecer ligados a nada (2006: 128).

¿Cómo será posible el buen ejercicio del periodismo ciudadano desde un público cuyas certezas e ideologías han sido erosionadas en este marasmo de indiferencia? La memoria a la que nos referíamos con Spinoza se halla poblada entonces de informaciones contradictorias. Se trata de uno de los resultados de la multiplicación de fuentes. Fijémonos en toda la creciente cantidad de comentarios a cargo de las audiencias que se vierten en la red; los *blogs* personales que inundan nuestro campo sensible. La sensación que ha de tener un espectador será en un primer momento de estupor, ante la explosión de estímulos cognitivos. Desconcertado ante tal colección de voces en apariencia distintas, la impresión que le causen todas estas confusiones será más bien de futilidad.

Dentro de este torbellino de informaciones, la cuestión capital radica en poseer las bases intelectuales para discernir los aspectos con que conformar un pensamiento y prácticas disidentes. ¿Qué elementos del todo social, qué mónadas representan un beneficio tanto para el periodista ciudadano como para el conjunto social? La solución estética al problema de la comunicación, planteada por Perniola, parece adolecer de esa falta de traducción práctica de las intenciones, más ancladas en la circulación de bienes simbólicos que en la efectiva transformación de los sentidos pragmáticos. El periodismo ciudadano sólo tendrá un valor político y humano si recupera los contenidos argumentativos, las intenciones y coherencias de las ideologías -¿por qué está prohibido hoy mostrar una ideología clara en los medios?-, los valores humanistas cosmopolitas, por qué no decir kantianos, que comprendían a cada ser humano como un fin en sí mismo. Razón, imagen del mundo -una utopía hacia la que tender- y sentido político y universal son tres de los elementos que configurarían un ejemplo a imitar en los medios socializados de información.

Las propagaciones que inundan la esfera informativa son, al contrario, la sinrazón, la irracionalidad (opiniones y prácticas que corren en perjuicio incluso de aquellos que las profieren). Del mismo modo, el relativismo postmoderno se hipertrofia hasta el punto de tornar equivalentes todos los puntos de vista, por muy descabellados que sean. El efecto que ya ha señalado Perniola es el de vaciar de poder al lenguaje a favor de los ya poderosos. Es paradójico que en la era de la lógica que proclama el “todo vale”, exista un fondo común, un inconsciente político como diría Fredric Jameson, que todo lo nivela bajo el paradigma del ideal neoliberal en los países de las democracias capitalistas. “Todo vale” excepto defender la idea de que “todo no vale”. Por último, la emergencia de la autocomunicación de masas coincide con la preocupante y desastrosa despolitización de la ciudadanía. Sentirse responsables de la propia vida va de consuno con el cuidado y reconocimiento de nuestros congéneres. Las corrientes imitativas que extienden la despreocupación por lo colectivo y la desintegración de lo social sólo pueden colegir conflictos insolubles entre civilizaciones, religiones, naciones, comunidades y conciudadanos. La cuestión que plantean las redes comunicativas se centra en descubrir qué nodos van a difundir estos sonambulismos deshumanizados y cuáles no.

Desde el punto de vista microsociológico, las coacciones no se difunden solamente desde un centro institucional hasta las periferias individuales. Esto no sería sino el punto

de partida de un proceso más amplio y electivo de contagio mental. Los espectadores mediáticos, una vez inoculados con las atracciones discursivas, legitiman y valorizan a través de la simple conversación unas rutinas de cotidianeidad, como la indiferencia que he señalado. Lo que está en juego aquí es la orientación de los medios comunicativos hacia creencias y deseos que desemboquen en el bienestar social antes que en el egoísmo gregario. Recordemos las llamadas implícitas a la responsabilidad del periodista en Tarde: “Il suffit d'une plume pour mettre en mouvement des millions de langues” (2008: 68). Basta con una conexión a Internet para movilizar millones de lenguas.

4. Conclusiones: hacia la socialización política de los medios

La primera de las conclusiones que extraigo se refiere a la propia noción de “periodismo directo”. Sólo puede tomarse esta expresión en un sentido figurado. Como integrantes del medio social, nos hallamos sometidos a coacciones sociológicas como las señaladas en el texto. El primer paso para el ejercicio de un periodismo ciudadano y democrático consiste en comprender la capitalidad de las mediaciones sociológicas. Las narraciones de los ciudadanos han de fundamentarse en la educación y formación durante toda su vida como hombres políticos. Se trata, como señalaba Durkheim en 1922 (mismo año de publicación de *Public Opinion* de Lippmann), de entender la educación³ como un axioma fundamental, un ente eminentemente social que forma la mente, en lugar de llenarla. La educación crea un ser nuevo que ya no es el niño fácilmente sugestionable. Con Durkheim, no hay que concebir las coerciones sociales como lastres, constricciones tiránicas sobre el individuo. Precisamente, de esta pretensión libertaria de una sociedad de individuos totalmente independientes de su medio brota la disolución de lo social. Somos nosotros mismos quienes estamos interesados (*inter-esse*) en la sumisión, pero no para beneficio de unos pocos privilegiados. Este es el camino de convertirnos en verdaderamente humanos. Sin este presupuesto, el periodismo ciudadano caerá en las

³ La definición que aporta Durkheim sobre la educación dice así: “Acción ejercida por las generaciones adultas sobre aquéllas que no han alcanzado aún un grado de madurez necesario para la vida social. Tiene por objeto el suscitar y desarrollar en el niño un cierto número de estados físicos, intelectuales y morales que exigen de él tanto la sociedad política tomada en conjunto como el medio ambiente específico al que está especialmente destinado” (2000: 53, cursiva en el original). Habida cuenta de esa regresión de las poblaciones maduras a una etapa infantil, de esa puerilidad que ya señalara incluso Ortega y Gasset en *La deshumanización del arte* (1925), y que se ha radicalizado en nuestros días, la educación como desarrollo de la madurez para la vida social se torna hoy en día más urgente. Sobre todo, ante la descomposición de los lazos sociales y políticos que solicitan de cada uno de los individuos su aportación para el bien común. Parece que no hemos progresado desde esos tiempos de entreguerras, cuando se fraguaban algunos de los grandes totalitarismos del siglo XX.

mismas iniquidades que el periodismo profesional y devaluado del que pretende ser una solución.

En la cita que da principio a este texto, Marc Augé situaba el énfasis democrático en la educación para la movilidad mental. Lo que solicita el antropólogo francés apunta a la construcción de un hombre transcultural. La pedagogía juega aquí un papel determinante. Se trata de que en los circuitos de imitaciones que solidifican modelos culturales, se vayan imponiendo las visiones recíprocas, los reconocimientos intersubjetivos que dan valor a otras miradas al mundo diferentes de las nuestras. El periodismo ciudadano se encuentra así enclavado en un proceso de transformación mucho más amplio, que no escapará a este sedentarismo mental a menos que se tengan en cuenta unos criterios pedagógicos convenientes. No basta más que recordar los esfuerzos por una educación escéptica en Montaigne, o los intentos de superar el estado salvaje de la cultura humana en el *Émile* de Rousseau para tomar conciencia de la centralidad de la educación en el bienestar común.

En conclusión, el llamado “periodismo directo” no puede existir de modo cabal más que bajo el presupuesto de una comunidad de ciudadanos responsables y formados políticamente. Cualquier análisis sobre las nuevas formas periodísticas ha de partir necesariamente del contexto social, económico, político y cultural que las incluyen. El problema parece ser que el rol de la Industria Cultural, tal y como fue definida por Adorno en los años 40 del siglo pasado, va camino de ser ocupado por los conformismos de las voces -a primera vista independientes- visibles en Internet. La discusión que se abre concierne a los contenidos de esta pedagogía del hombre político y transcultural. Sin una correcta orientación en valores democráticos y cosmopolitas, la libertad y potencialidad de expresión en la Red no sirve más que para aumentar la confusión y el caos existente. El corolario será, sin duda, el mantenimiento de las jerarquías que dominan la sociedad actual, bajo la hipnótica ilusión de participar activamente en la creación periodística de la realidad.

5. Bibliografía

Augé, Marc (1994): *Pour une anthropologies des mondes contemporains*. Paris: Flammarion.

-----(2007): *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa.

- Castells, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Durkheim, Émile (2000): *Educación y sociología*. Barcelona: Península (2ª edición).
- (1988): *Les règles de la méthode sociologique*. Paris: Flammarion.
- Fernández Vicente, Antonio (2009): “Violencia simbólica, mediasfera y lógica tecnomercantil”, en *Zer, revista de estudios de comunicación*, vol. 14, Nº 26.
- Keynes, John Maynard (2004): *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. Barcelona: RBA.
- Lippmann, Walter (2003): *Opinión pública*. Madrid: Langre.
- Perniola, Mario (2006): *Contra la comunicación*. Madrid: Amorrortu.
- Ramonet, Ignacio (2009): *La catástrofe perfecta*. Barcelona: Icaria.
- Sennett, Richard (1975): *Vida urbana e identidad personal*. Barcelona: Península.
- Simmel, Georg (1986): *Sociología I: estudios sobre las formas de socialización*. Madrid: Alianza.
- Spinoza (1999): *Ética*. Madrid: Alianza.
- Tarde, Gabriel (2001): *Les lois de l'imitation*. Paris: Éditions du Seuil.
- (1999a): *Les lois sociales*. Paris: Institut Synthélabo.
- (2008): *L'opinion et la foule*. Paris: Éditions du Sandre.
- (1999b): *Monadologie et sociologie*. Paris: Institut Synthélabo.