

Como primer paso antes de comenzar el desarrollo del presente ensayo, me parece apropiado explicar los motivos de la elección del tema de medios de comunicación y política. Sin adentrarme en la descripción del fenómeno de la globalización, es claro que la configuración de la sociedad cambió y está cambiando a un ritmo muy marcado, no en vano algunos autores advierten de la llamada aceleración de la historia al referirse a este período. Dentro de este marco, en donde la globalización del mundo financiero y de las empresas multinacionales ha marcado un nuevo rumbo económico que configura la organización social en todos sus ámbitos, cabe preguntarse sobre las bases de este nuevo sistema, es decir, cómo está sustentada esta nueva articulación entre la sociedad civil y el Estado.

Es en este punto, que me parece importante intentar un acercamiento a la problemática de los medios de comunicación masiva. Sin restar importancia a todos los procesos que incurren dentro de la estructura económico social, creo que el fenómeno de los grandes multimedios es uno de los factores más importantes en la configuración de el orden social.

La importancia de los medios ya la había advertido Antonio Gramsci. El autor italiano pensaba en cómo realizar la revolución social en Occidente. Occidente para Gramsci no era un concepto geográfico ni cultural sino un tipo de sociedad más compleja con un desarrollo marcado en la sociedad civil. El autor comprendía que entre las masas y el poder hay estructuras que logran el consenso del orden social de manera de excluir el uso constante de la fuerza. Esas estructuras de la sociedad civil actúan en forma conjunta con las de la sociedad política, o aparatos de represión para otros marxistas como Althusser, dando lugar a la dominación de la clase capitalista. El Estado tiene el monopolio de la fuerza pero no el de la producción ideológica.

Medios de comunicación, democracia y poder

Gramsci define a la sociedad civil como la dirección intelectual y moral de un sistema social. El campo que abarca la sociedad civil es amplio puesto que constituye el de la ideología.

Según Hugues Portelli (2000) la ideología, concepción del mundo de la clase dominante, debe difundirse a toda la sociedad. La clase dirigente difunde su ideología a través de los medios de comunicación y todos los instrumentos que permiten influir sobre la opinión pública. Gramsci distingue a las organizaciones encargadas de la difusión de la ideología de aquellas que incorporan a su actividad general una fracción cultural.

Entre la sociedad civil y sociedad política, entre el consenso y la fuerza, no existe una separación orgánica. Uno y otro colaboran. Este es el caso de la formación de la opinión pública. El Estado cuando quiere iniciar una acción poco popular, crea preventivamente la opinión pública adecuada. La opinión pública es el ejemplo concreto de las relaciones permanentes entre el gobierno político y la sociedad civil que favorece el consenso alrededor de sus actos. En el seno de la sociedad civil son la prensa amarilla y la radio quienes aseguran este servicio, especialmente por la creación de explosiones de pánico o de entusiasmo ficticio para la concreción de determinados objetivos.

Para lograr la hegemonía es necesario que la sociedad civil y la sociedad política estén igualmente

Mauricio Schuttenberg

Lic. En Comunicación Social y
Maestrando en Ciencia Política.
Facultad de Ciencias Jurídicas y
Sociales UNLP

desarrolladas y orgánicamente ligadas, de manera que la clase dominante podrá utilizar alternativa y armoniosamente cada una de ellas para perpetuar su dominación (Portelli).

Sin que este trabajo sea una aproximación al pensamiento sobre la sociedad civil de Gramsci me parece importante partir del concepto o de la visión de que los medios de comunicación masivos son parte de una estructura, de un entretrejo que enlaza y refuerza el orden social vigente. Los medios juegan como refuerzo de las concepciones del mundo y no son sólo un instrumento de información. Los medios están en manos de una determinada clase social y es allí donde se puede apreciar más claramente el papel que estos desarrollan en el seno de la sociedad civil.

Otro de los puntos que desarrollaré en el presente trabajo es cómo con el desarrollo de los medios de comunicación masivos, sumado al nuevo orden económico se han reconfigurado muchas categorías que definían lo político y lo social. La distinción entre lo público y lo privado y la redefinición del espacio público como ámbito de la confrontación política y la legitimación del sistema imperante son algunos de los temas que abordaré en este ensayo.

Historia y contexto de los medios de comunicación

Al comenzar esta primera parte del trabajo intentaré describir, aunque sea fugazmente, el proceso por el cual los medios de comunicación fueron adquiriendo una importancia cada vez mayor de la mano del crecimiento y desarrollo del sistema capitalista mundial.

Thompson (1999), afirma que “la práctica de transmitir mensajes no es nueva. Las autoridades del imperio Romano y las elites políticas, eclesiásticas y comerciales del la Europa Medieval establecieron sofisticadas redes de comunicación. Con el desarrollo de la imprenta a finales del siglo XV, libros y panfletos impresos comenzaron a circular lejos de

los lugares donde habían sido producidos. Hubo que esperar al siglo XIX para que las redes de comunicación se organicen a escala global” (Thompson; 1999: 202).

Octavio Ianni (1999) señala que la formación de la sociedad global reabre la problemática de la modernidad en sus implicaciones filosóficas, científicas y artísticas. Evidentemente, la globalización es problemática y contradictoria, y abarca integración y fragmentación, nacionalismo y regionalismo, racismo y fundamentalismo.

Ianni explica que las categorías del espacio y tiempo van cambiando radicalmente ya que mientras el capital por un lado debe tender a arrasar toda barrera espacial opuesta al tráfico y al intercambio, y a conquistar toda la Tierra como su mercado, por el otro tiende a anular el espacio por medio del tiempo. Cuanto más desarrollado el capital, cuanto más extenso es por lo tanto el mercado en el que circula, tanto más tiende al mismo tiempo a extender el mercado a partir de la anulación del tiempo.

Es en este punto fundamental el desarrollo de los medios de comunicación que a partir del flujo de imágenes y de ideas modifican la realidad social, el modo de ser de las cosas, en un proceso en el cual las fronteras parecen desaparecer. Los medios de comunicación reducen las distancias y disuelven los espacios.

Es interesante la reflexión García Canclini en el sentido que la globalización no sólo homogeniza y nos vuelve más próximos, sino que multiplica las diferencias y engendra nuevas desigualdades. Sin embargo, ni siquiera dentro de la economía puede generalizarse la idea de que la globalización sustituya a las naciones y vivamos en un mundo sin fronteras.

Medios de comunicación, elaboración y recepción de mensajes

Una vez analizada la estructura mundial en donde se desarrolla el fenómeno de los multimedia de

comunicación masiva nos surgen algunas preguntas como ¿hasta que punto este sistema borra las diferencias culturales? Y ¿cuál es su peso real sobre el individuo que conforma una sociedad? Quizás estas sean todavía preguntas sin respuestas, pero creo que hay algunas posturas que pueden ayudarnos a comprender la complejidad del tema y otras que lamentablemente fracasan, algunas por ser a mi modo de ver exageradamente simplistas y otras por “olvidar” algunos aspectos fundamentales del fenómeno estudiado. Pero volveré un poco más adelante sobre este tema.

La hipótesis central del trabajo de Sartori (1999) es que la televisión está transformando al hombre. Según el politólogo italiano, mientras algunos se preocupan por quién controla los medios nadie ve que el instrumento en si mismo es lo que se nos ha escapado del control. El hecho de que la imagen prevalezca transforma al hombre en un telespectador y lo aleja de la capacidad de simbolizar.

Para este autor la televisión genera una distorsión en el seno de la sociedad. “La desinformación no es informar poco sino informar mal, la televisión muestra sólo una parte de la realidad. Los noticieros ofrecen al espectador la sensación de que lo que es verdad es lo que se muestra y eso es lo que la hace más eficaz y peligrosa a la vez”, (Sartori: 89).

Esta visión apocalíptica de la televisión tiene a mi juicio algunos puntos flojos. Primero, la capacidad de abstraer no creo que se anule según el medio de comunicación. La idea es que porqué un mismo lector de un diario puede ser crítico y simbolizar y ese mismo individuo y sus capacidades se verían anuladas por la televisión. En última instancia la construcción del acontecimiento se da tanto en la prensa escrita, radial o televisiva, quizás esta última tenga mayor impacto, pero me parece que la visión de que el hombre está perdiendo su capacidad crítica es bastante discutible.

En segundo término el politólogo italiano señala que realiza su investigación “mientras algunos se

preocupan por quién controla los medios”. Este es sin dudas su más grande error. Analizar los medios como si fueran instrumentos asépticos de valor y dejar de lado la relación que juegan como, y retomando la explicación de Gramsci de la introducción, reforzadores de la ideología dominante es un “olvido” grave. Por lo tanto, si la televisión nos transformara en seres irreflexos, como asegura Sartori, habría que preguntarse cuál es el interés en que ello suceda y no ver la televisión como un mero instrumento que por sí sólo nos aliena y nos vuelve hacia atrás en la dimensión del pensamiento y la crítica.

Medios y democracia

Para comenzar este segundo apartado me parece adecuado empezar trayendo al debate sobre medios de comunicación y democracia a Noam Chomsky. Este autor, conocido por su postura crítica al sistema liberal, avanza en la conceptualización de la democracia y es importante destacar las diferentes concepciones de un mismo término que este autor realiza.

Chomsky (1996) afirma que hay una tesis general sobre la historia contemporánea, que las sociedades industriales ricas de Occidente proclaman con orgullo, según la cual la Historia está convergiendo hacia un ideal de democracia liberal y de mercados libres que son la materialización definitiva de la libertad humana. En las sociedades ricas, la democracia y los mercados libres están probablemente decayendo a medida que el poder se concentra cada vez más en las elites privilegiadas. La libertad y la democracia han sido consideradas siempre una amenaza, un peligro que hay que evitar.

Chomsky afirma que cuando una sociedad se hace más libre a través de la lucha popular se amplía el ámbito de la libertad, resulta más difícil controlar a la “chusma” por la fuerza por lo que es necesario apoyarse cada vez más en la propaganda. En la década del setenta, el “populacho” se soli-

viantó en todo el mundo occidental y empezó a participar en la actividad política. Así los grupos elitistas reunidos en la Comisión Trilateral publicaron un libro llamado *La crisis de la democracia*. Esa verdadera democracia que era un verdadero peligro para la democracia que custodia los intereses empresariales debía eliminarse.

La elite comprendió ya a principios del siglo XX que el creciente poder político de las masas constituía una amenaza para sus privilegios y por lo tanto debían hacer algo. Así fue que se creó una nueva industria cuya misión es controlar la mente pública. En el período moderno, los medios y la televisión son los que presentan una imagen de la vida tal como habría que vivirla según el punto de vista de los que mandan, todos deberíamos ser consumidores felices y consumir lo más posible. La configuración de la vida social constituye un aspecto de los medios de comunicación pero el otro punto importante es la distracción de la "chusma". La propaganda es un gran método de control mental de la población. Hay un segundo método de control que consiste simplemente en separar a las personas, mantenerlas aisladas, procurar que no haya ninguna organización en la que puedan agruparse. Si la gente está sola e intenta combatir al poder estará desvalida. La televisión es un gran instrumento de aislamiento.

En esta misma línea, Octavio Ianni asegura que las metamorfosis del espacio y del tiempo que se dan en el proceso de globalización no son inocentes. No sólo pueden sublimar la experiencia sino pasteurizar la realidad, y eligen el simulacro como experiencia de hecho. Una sociedad capitalista exige una cultura basada en imágenes. Necesita proporcionar cantidades muy grandes de diversiones con el fin de estimular el consumo y anestesiar los daños causados por el hecho de pertenecer a determinada clase, raza o sexo. Sartori afirma que cuando la opinión pública se plasmaba en los periódicos las distintas opiniones, garantizadas por la

existencia de una prensa libre y múltiple, tenían como resultado la representación de muchas voces. El problema surgió con la televisión, en la medida en que el acto de ver suplantó el acto de ocurrir. La hipótesis central es que cuando prevalece la comunicación lingüística los procesos de formación de la opinión no se producen directamente de arriba abajo. La fuerza arrolladora de la imagen rompe el sistema de equilibrios, borra los líderes de opinión familiares y grupales. La televisión no informa sino que subinforma, es decir, que engaña, simplifica, reduce y elimina algunas informaciones. La televisión obedece a su lógica, la información que cuenta es la que se puede filmar, y si no hay filmación la noticia no se ofrece.

En cuanto al debate sobre la democracia, el pensador italiano da una visión interesante. Asegura que la televisión influye más cuanto menor son las fuerzas contrarias en juego. Uno de los efectos de la televisión es que personaliza las elecciones; en la pantalla vemos personas y no programas de partido. En sus tiempos Hitler, Mussolini y Perón se las arreglaron perfectamente con la radio. La diferencia era que estos realizaban grandes discursos mientras que el video político es el mensaje en sí mismo. Es el mensaje en sí mismo ya que los medios crean la necesidad de que haya fuertes personalidades con lenguajes ambiguos. Además significa el fin de los partidos políticos ya que el rastreo de votos no requiere una organización capilar de sedes y activistas.

Sartori dice que hasta hace cincuenta años los políticos hacían política sin atender a lo que sus electores querían. En el pasado el representante era sumamente independiente de sus electores. Luego con la ampliación del sufragio el partido comienza a imponerse a partir del peso de las ideologías que cada uno de ellos representaba. Hoy la dependencia del partido está desapareciendo y sin embargo no hay una vuelta atrás, estamos ante el representante video dependiente. En suma, la independen-

cia del representante ya no existe y depende de los sondeos y la video política.

Otro de los aspectos fundamentales –continúa el politólogo- que tienen que ver con lo anterior es que los noticieros están estructurados a escala local por lo que el representante se ve arrastrado hacia esa lógica. Es decir, el supuesto progreso democrático que controla al político a través de la opinión pública lo transforma a su vez en un político localista y al Parlamento en una constelación de intereses particulares en conflicto. De esa forma se anula la política. Teniendo en cuenta que la política sería para Sartori la búsqueda de consenso entre los diversos grupos sociales, es evidente que habría que superar la fragmentación, el individualismo y el localismo exacerbado. No obstante, la tremenda distancia que existe entre el representante y el representado tampoco ayuda a la construcción de una democracia consolidada. Es más, a pesar de la creciente importancia de la televisión y los medios en general, la política es cada vez es menos localista y el representante está cada vez más alejado de sus electores por lo que el argumento de Sartori parece por lo menos discutible.

Según este autor, la democracia representativa ya no nos alcanza y por ello reclamamos más democracia. De modo que los referendos están aumentando y se convocan cada vez más a menudo acabando en una presión desde abajo que interfiere en la solución de problemas. Esto representará más democracia, pero para serlo realmente a cada incremento del demopoder debe seguirle un incremento del demosaber. De modo contrario, la democracia se convierte en un sistema de gobierno en el que son más los incompetentes los que deciden, es decir un gobierno suicida. El problema es que mientras la realidad es cada vez más compleja las mentes son cada vez más simples.

Esta visión acerca de la problemática sobre la democracia que tiene Sartori nos hace retrotraernos a lo que criticaba Chomsky. Lo que Sartori está cri-

ticando en el fondo es que la gente participe aunque sea en forma mediada. La idea que la democracia se está convirtiendo en un sistema de gobierno en el que son más los incompetentes que deciden es sumamente elitista. De la misma forma, y siguiendo esa línea de análisis, podríamos exigir nuevamente el voto calificado para asegurarnos la idoneidad de los votantes para que nuestra democracia quede en “buenas manos”.

Modificación del espacio público

La televisión –retomando a Sartori- nos lleva a encerrarnos, a aislarnos en casa. Crea una multitud solitaria hacia una futura soledad electrónica.

Este punto es crucial. Los medios configuran un nuevo espacio público, una nueva manera de relacionarnos, que apunta hacia el encierro, la no participación y el individualismo. En otras palabras, nos encerramos en nuestras casas a mirar como nos cuentan lo que ocurre en nuestra sociedad.

Esta visión es compartida por Eduardo Rinesi quien propone pensar a la ciudad como un teatro y la política como representación. “Por un lado, en el terreno de la filosofía política liberal, que concibe siempre a la política como la puesta en escena de un magno libreto por parte de un pequeño número de actores en quienes los demás, los meros ciudadanos espectadores condenados apenas al aplauso o al silencio, han delegado la aptitud de deliberar y gobernar -como reza la liberal y antidemocrática Constitución Argentina-. El liberalismo, supone la representación, y por eso sólo reserva a la ciudadanía el derecho de un pasivo consentimiento frente al poder: de ahí que la del teatro sea la metáfora que le conviene. La democracia en cambio, que nada tiene que ver con el liberalismo y que sólo logra superponerse ocasionalmente con él en unidades complejas y llenas de tensión, supone la participación popular, deliberativa y activa en la resolución de los problemas que atañen a la comu-

nidad, y por lo tanto concibe al poder como forjado a través de un consenso activo entre ciudadanos que han recuperado su soberanía decisoria: de ahí que la metáfora estética con que suele referirse sea la de la fiesta. La fiesta (la democracia) supone un pueblo, el teatro (liberalismo), reclama, en cambio, un público”, (Rinesi; 1994: 17).

La metáfora de este autor es muy clara: de la fiesta al teatro burgués. La fiesta, es decir, la democracia, necesita de actores consustanciados, comprometidos con lo público. Sin embargo, esta visión no se corresponde con los intereses de la clase dominante que en su lugar plantea una democracia de espectadores de teatro que delegan su poder en otros y admiten que esos mismos tomen decisiones en lugar de ellos mismos.

El teatro es la perfecta metáfora de un modo de concebirse la política en términos de representación, exclusión y jerarquías. Por ende, la metáfora de fiesta en donde los participantes tienen un rol activo es sin lugar a dudas la que mejor representa una democracia inspirada en la participación activa de los ciudadanos en el espacio público. Fiesta es democracia participativa y desorden. El teatro viene a conjurar es desorden, a disciplinar ese pueblo convirtiéndolo en público.

Otro de los puntos centrales es la destrucción de las memorias compartidas, el socavamiento de las identificaciones barriales y locales, erosión de la ciudad como sitio de interacciones políticas, sociales y culturales o como lugar de reunión y de socialización.

Dentro de ese proceso de privatización de la vida cotidiana, los medios de comunicación se constituyen en la forma arquetípica de re-vincularnos con el mundo y de volver a habitar la ciudad. No son los medios de comunicación los que, en virtud de algún misterioso poder que tendemos a asignarles, han destruido la vida urbana y los intercambios sociales directos, sino que, al contrario, es la sistemática destrucción de los espacios públicos de co-

municación y de sociabilidad en la ciudad lo que le ha dado a nuestras comunicaciones a través de los medios de comunicación masiva el lugar privilegiado que tienen hoy en día. Al encender la pantalla lo hacemos para ver la escena de la que se nos pidió retirarnos, para seguir ahora como espectadores.

A partir de este proceso de aislamiento la ciudad ya no es pues ese ámbito compartido en el que protagonizamos nuestras interacciones sociales, sino el espacio que debemos atravesar, que debemos salvar, en nuestro camino a los sitios privados.

Este aspecto es sumamente importante. Lo que en el fondo nos advierte Rinesi es que el ciudadano como sujeto activo y demandante políticamente está desapareciendo y en su lugar aparece un sujeto pasivo, espectador que es manejado por los medios que lo inducen a vivir de acuerdo a las pautas que otros determinan. El ciudadano, en este nuevo orden en donde lo económico tiene preponderancia sobre lo político, pasa a ser sólo un consumidor.

Esta es la tesis de García Canclini (1995). Se pregunta acerca de cómo los cambios en la manera de consumir han alterado las posibilidades y las formas de ser ciudadano. Junto con la descomposición de la política y el descreimiento en sus instituciones, otros modos de participación ganan fuerza. Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos —a dónde pertenezco, quién me representa— se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos.

Este autor asegura que nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse. Canclini se pregunta si hay alternativas políticas al modelo neoliberal que configura las sociedades y afirma que el mercado desacreditó la política de una manera curiosa: no sólo luchando contra ella, exhibiéndose más eficaz para organizar

las sociedades, sino también devorándola, sometiendo la política a las reglas del comercio y la publicidad, del espectáculo y la corrupción.

La articulación entre consumo y ciudadanía -explica Canclini- se da porque cuando seleccionamos los bienes nos apropiamos de ellos, definimos lo que es valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad. Ser ciudadano no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades.

Para este autor esta nueva relación entre el Estado y la sociedad trae aparejada una rearticulación entre lo público y lo privado. Sabemos que el ámbito de lo público, como escenario donde los ciudadanos discuten y deciden los asuntos de interés colectivo, se formó a partir del siglo XVIII. Sin embargo, ese escenario cambió profundamente en el siglo XX con el desarrollo de los medios de comunicación masivo. Pero estos medios que hicieron irrumpir a las masas populares en la esfera pública fueron desplazando el desempeño ciudadano hacia la práctica de consumo. El pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano como consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida se da a partir del proceso de deslegitimación de la política.

Este aspecto que toma Canclini es sumamente importante. Lo que el autor quiere plantearnos es que la arena política en donde se daba la histórica lucha por el poder se está disputando en otro ámbito. El problema de este cambio no es menor ya que el nuevo escenario está dictaminado por intereses privados que nada tienen que ver con la res pública y, sin embargo, conforman esa dimensión pública según sus propios propósitos. La política dejó la plaza y pasó a manos de las grandes cade-

nas mediáticas que moldean la "realidad" en torno a sus intereses.

Algunas reflexiones finales

Luego de haber realizado un recorrido histórico, de haber analizado la formación de los grandes multimedios, su contexto global y los principales problemas que se plantean en el seno de la sociedad, es hora de elaborar algunas mínimas conclusiones.

El problema más importante que se da en el marco de esta globalización, es sin dudas la desestructuración de la sociedad. Se eliminaron las redes sociales y la solidaridad instituida en la participación del Estado como garante de las condiciones económicas, laborales y sociales. En su lugar quedó un Estado que ajuste tras ajuste relegó los intereses nacionales en pos de los de la burguesía financiera local y mayormente internacional.

El Estado que cohesionaba las distintas clases pasa a tener un rol absolutamente opresor hacia los pobres y excluidos del sistema, que cada día son más. Los deberes irrenunciables del Estado en materia social se dejaron en manos de la buena voluntad de algunas organizaciones no gubernamentales. En este contexto los medios de comunicación siguieron la misma línea acompañando esta nueva forma estatal. Los grandes conglomerados económicos tienen sus propios multimedios con los cuales influyen sobre lo público.

Por otro lado, el ciudadano, como señalé en el cuerpo del trabajo, pasó a tener un rol de espectador en lugar de ser un sujeto participante. Su papel pasó a ser el de un consumidor que observa la escena pública, en la cual él debería estar consustanciado, como un mero espectáculo. Ahora las decisiones en el ámbito de lo público las vemos en el interior de nuestras casas, donde, por supuesto, no podemos interactuar ni proyectar nada como grupo.

Cabe preguntarnos entonces: ¿qué papel juegan los medios de comunicación en esta nueva

configuración? Los medios uniforman y ponen en manos de la opinión pública lo que las clases dominantes, poseedoras de esos medios, quieren que escuchemos, leamos y veamos. Los medios de comunicación no son el gran problema de esta globalización excluyente, es sólo una parte de un cambio que desestructuró la noción de Estado bajo la cual se había construido la sociedad moderna.

Lo que debemos plantearnos es que la arena política en donde se daba la histórica lucha por el poder se está disputando en otro ámbito. El nuevo escenario está dictaminado por intereses privados que nada tienen que ver con la res pública y, sin embargo, conforman esa dimensión pública según sus propios propósitos. Existe un proceso de privatización de la vida pública que afecta en gran forma la vida democrática.

Creo que con este proceso lo que está en riesgo es la definición misma de la democracia, pues la misma no estarían generando ni bienestar ni integración. ¿Es posible la democracia con increíbles niveles de pobreza? La respuesta es un no rotundo. La democracia no puede volver más ricos a los ricos y fabricar cada vez más pobres, sino que debe tender al desarrollo con equidad. Es por ello que mi planteo en cuanto a los medios no contiene alguna receta milagrosa para reconstruir la credibilidad y la multiplicidad de voces sino que si aspiramos a un cambio, este debe darse al conjunto de la sociedad y no en un solo aspecto.

Siguiendo esta línea de pensamiento considero que para la reconstrucción de la sociedad y la recuperación de la democracia es necesaria la justicia social y el desarrollo equitativo. Sin estos dos pilares amparados en un Estado que respalde, sostenga e iguale a los más débiles, la utopía de la democracia será sólo un sueño, o lo que es peor, seguirá en la peor de sus formas que es la democracia formalista que ampara la injusticia en la máscara de un Estado de derecho.

Bibliografía

- CHOMSKY, Noam. *Política y cultura a finales del siglo XX*, Barcelona, Ariel, 1996.
- FORD, Aníbal. "Del show de la privacidad al seguimiento y control de identidades", *Diálogos de la comunicación* N° 48, Buenos Aires, octubre, 1997.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y ciudadanos*, México, Grijalbo, 1995.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *La globalización imaginada*, Buenos Aires, Paidós, 2000.
- IANNI Octavio. *Teorías de la globalización*, México, Siglo Veintiuno Editores, 1999.
- PORTELLI, Hugues. *Gramsci y el bloque histórico*, México, Siglo Veintiuno Editores, 2000.
- RINESI, Eduardo, *Buenos Aires salvaje*, Buenos Aires, Ediciones América Libre, 1994.
- SARTORI, Giovanni. *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Buenos Aires, Taurus, 1999.
- THOMPSON, John B. *Los media y la modernidad*, Buenos Aires, PAIDOS, 1999.