

Reflexiones en torno a la democracia, la sociedad abierta y los medios de comunicación

Refletions around democracy, the open society and the media

Juan Guillermo ESTAY Sepúlveda [1](#); Carolina CABEZAS Cáceres [2](#); Mario LAGOMARSINO Montoya [3](#); José Luis REYES Lobos [4](#); Carlos ROJAS Ríos [5](#); Carlos Tulio da Silva MEDEIROS [6](#)

Recibido: 28/08/2017 • Aprobado: 30/09/2017

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Desarrollo](#)

[3. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Democracia y medios de comunicación son un binomio que en los albores del tercer milenio son indisolubles. Los mass medias se tomaron el planeta y son junto al cambio climático, quienes moldean nuestra geografía y nuestra historia. Hoy en día todo pasa por el ojo de los medios de comunicación y quienes nos gobiernan se dieron cuenta de su utilidad. Goebbels camina entre nosotros. Lo hemos levantado de su tumba y con el cianuro en sus manos listo para entregarnoslo.

Palabras clave Democracia, sociedad abierta, Karl Poppers, mass media

ABSTRACT:

Democracy and the media are a binomial that at the dawn of the third millennium are indissoluble. The mass media took the planet and together with climate change, who mold our geography and our history. Nowadays everything goes through the eye of the media and those who govern us realized its usefulness. Goebbels walks between us. We have lifted him from his grave and with the cyanide on his hands ready to deliver it to us.

Keywords: Democracy, open society, Karl Poppers, mass media

1. Introducción

La democracia y los medios de comunicación viven una luna de miel permanente, con todo lo que significa dicho proceso de enamoramiento y encantamiento, a saber, romanticismo a perpetuidad jurada o prometida por los futuros cónyuges y desencuentros abismantes ante los des-velamientos de des-cubrir al otro ahora que lo tenemos cerca y con el cual dormimos todos los días. En este sentido, encanto/desencanto se encuentra a la orden del día. La democracia es una férrea defensora de los medios de comunicación y a la vez, una sus mayores detractoras cuando observa que es atacada por los mismos medios de comunicación que ha defendido a

ultranza. El eros griego en total plenitud. Sin embargo, el binomio democracia/medios de comunicación aprendieron a convivir y burlar el divorcio. Se necesitan, pero a la vez, demuestran al mundo que están en continua lucha.

En cuando a la democracia y la sociedad abierta, la hemos estudiado en varias facetas para ir convenciéndonos cada día más que, es indispensable defenderla a toda costa, pero sin dejar de lado, que su esencia es y ha sido siempre elitista (Estay Sepúlveda, *et al*, 2016a;b;c;d;e;f;g;h e i y Estay Sepúlveda, *et al*, 2017a y b).

Santibáñez & Vergara, en un artículo titulado *Periodismo y Publicidad: claves y ambigüedades de una relación promiscua*, nos dan a conocer el papel que juega la publicidad en cuanto a "pautas de conducta de relaciones sociales en los imaginarios colectivos" (Santibáñez, *et. al*. 2008, p. 250). Dichas pautas son las mismas que creemos que se relacionan entre los medios de comunicación y la democracia, como de igual manera, la *relación promiscua*. Y es que creemos que en la actualidad, los medios de comunicación -ese cuarto poder- trabaja para los grupos de poder económicos-financista e ideologizados, antes que para robustecer la democracia con una autonomía e independencia plena que los haga creíble por todo el espectro de la población y en la cual la democracia se vería fortalecida. Para Esteinou (2012) los instrumentos de difusión y divulgación "en los albores del siglo XXI se han convertido en el primer poder ideológico (Esteinou, 2012, p. 128). Y es que la Sociedad Abierta, necesariamente necesita medios de comunicación empoderados pero al mismo tiempo, libres de toda suspicacia e intereses, más aún, cuando éstos medios han ingresado al mundo de los mass media, donde ya no solamente el periodista profesional es el que tiene la palabra, sino que, cualquier habitante del planeta, sin importar su edad y condición societal.

Reflexionamos en este artículo sobre esos peligros de des-bordamiento de los medios de comunicación y como las verdades se van relativizando cada día más en este nuevo milenio. Ni Einstein hubiese pensado que la relatividad hubiese acabado por fin con todo lo absoluto, incluso con la verdad -sabiendo que esta se determinará según espacio-tiempo histórico- al ver en los medios de comunicación esa nueva tendencia de la postverdad. La Sociedad Abierta en peligro ante la Sociedad Orweliana y sus métodos de ir re-escribiendo la historia conforme nuestras necesidades y puntos de vistas e incluso, los puntos de vistas de poderes fácticos que mueven los hilos y que las marionetas ni siquiera se dan cuenta que son eso: simples marionetas para el servicio del titiritero.

Los medios de comunicación llegaron para quedarse, e incluso, para vivir en todo momento con nosotros, siendo parte de nuestros ojos, oídos y falanges. Si la mano es la extensión del cerebro, hoy acudimos a una irreversible metamorfosis: Lo medios de comunicación son la extensión del ser humano que se devuelven directo al cerebro, a tal punto de re-convertirlo y crear un nuevo ser pensante en cuanto a decisiones a tomar.

Sabemos que los medios de comunicación tienen ese poder de cambiar la historia con sus adornos parafernalia. Basta este ejemplo desarrollado por Saint-Pierre (2015) sobre los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001, para observar que con la inauguración del nuevo milenio, también se inauguraba una nueva época en la historia de Occidente y Oriente, a saber

"O segundo impacto nas torres gêmeas daquele fatídico 11 de Setembro de 2001 não deixava lugar a dúvidas: tratava-se de um ataque terrorista à hiperpotência que até esse momento julgava-se invulnerável. O que ficou claro nesse momento no Brasil foi a falta de acadêmicos especialistas no tema; o que se viu foi um desfile de caras novas e ousadas, das que não se avermelham ao falar do que não sabem, frente às câmeras de TV, para inundar os jornais televisivos com comentários irrelevantemente jornalísticos. Ainda assim, como anteriormente sucedera com a Guerra do Golfo, houve uma sacudidela nos estudos de RI, narcotizados desde o prematuramente declarado "Fim da História" e a incorporação acrítica de conceitos epistemologicamente inconsistentes como o de "unipolaridade". O resultado positivo para as RI foi o fortalecimento da área dos estudos de Segurança dando uma nova vitalidade às pesquisas e análises a uma

área que, embora tivesse dado origem à disciplina das RI, estava um pouco esquecida e até estigmatizada na academia. Desde então, rios de tinta se gastaram escrevendo sobre "Terrorismo", particularmente sobre o 11 de Setembro – ignorando os tipologicamente semelhantes ataques à AMIA e ao consulado Israelense em Buenos Aires – e sobre o impacto do mesmo na Segurança Internacional. As RI no Brasil, tão vulneráveis que são às modas temáticas da metrópole, introduziram o "terrorismo" como referência obrigatória em suas reflexões da Segurança Internacional, chegando a substituir o obrigatório "Pós-Guerra Fria". Assim produziram-se umas poucas análises relevantes e outras interessantes, a maioria óbvia e jornalística e algumas claramente erradas". (Saint-Pierre, 2015, p. 9).

Como podemos apreciar, los medios de comunicación fueron fundamentales para saber dirigir una historia y crear caos, incertidumbre e histeria colectiva y como lo vemos en la cita, cambiar cursos en la línea de Clío. Sabemos lo que sucedió después y como los *reality shows* en plenos campos de batalla se tomaron las pantallas de la televisión e internet, observando incluso el rostro desencajado de la Secretaria de Estado del país del norte antes las imágenes del asesinato de Osama Bin Laden por parte de las tropas de élite estadounidenses. Y esto no era nuevo, la televisión que mostraba la guerra de Vietnam evolucionó en la guerra contra Sadam Husein. CNN nos demostró que es posible estar viendo la guerra desde el living de nuestros hogares en tiempo real y pareciendo la guerra "una fiesta de fuegos artificiales" (Gutiérrez, *et al*, p. 272). Hoy, es posible saber las últimas decisiones de la potencia Unipolar a través del twitter de su Jefe de Estado Mayor antes los acontecimientos de la península de Corea, e incluso, peleas de la WWE actualizadas con él como protagonista y un medio de comunicación como su contrincante.

2. Desarrollo

La Sociedad Abierta anunciada por Karl Popper se encuentra en peligro. Y es una paradoja, ya que nunca antes la población tuvo acceso a los medios de comunicación masivos como en la actualidad, convirtiéndose ella misma en parte de la noticia y la historia. Nos atrevemos a decir, que jamás se había visto que hasta el más desconocido habitante de este planeta pudiera opinar abiertamente sobre una decisión presidencial o el nuevo descubrimiento de un planeta en las postrimerías del universo, como de la importancia del cuidado responsable de los animales e incluso, dar su punto de vista sobre el plato de comida que saborea una actriz de Hollywood que posteó en su instagram, pictaram o pikore o la de un desconocido al otro lado del planeta que hace también lo mismo. La banalidad a todo esplendor. Y eso es democracia. Por supuesto que sí. Democracia moderna. Individualista. El morbo se ha instalado y se ha quedado entre nosotros y los medios de comunicación se han preocupado en forma enfermiza demostrarlo y refregarlo en nuestras narices

"Hay un área, sin embargo, que no termina de definirse. Es la permanente lucha de cada ser humano entre la curiosidad morbosa y el respeto a la dignidad del otro. Hoy podemos ver con más detalle que nunca los efectos de un desastre, las huellas de una tragedia nacional o familiar. Incluso podemos estar en medio de una conmoción bélica o una discusión sobre temas íntimos y personales y muchas veces pareciera que "el derecho del público a saber" es lo que vale". (Santibáñez, 2013, p. 53).

Carbajo Núñez (2012), acentúa esta morbosidad televisiva y de los mass media. Citando a Núñez (2004), en cuanto a que la intimidad de la persona es llevado "a bruscas oscilaciones entre repliegue intimista y el exhibicionismo" (Carbajo Núñez, 2012, p. 500) y donde el mismo sujeto, "encuentra una respuesta tan vaga e impersonal que puede convertirse en una simple retroalimentación de su narcisismo" (Carbajo Núñez, 2012, p. 500). Acá los medios de la tercera revolución industrial juegan un rol decidor, donde por ejemplo

"en Internet se ha avanzado hacia una comunicación centrada en la propia experiencia cotidiana. Hasta hace poco tiempo se hablaba de "comunidades virtuales" y de "comunidades móviles" (mobs), que se disolvían con la misma facilidad con que se

habían formado. Se acentuaba mucho la contraposición entre online y offline y, por eso, se intentaba construir una segunda vida, paralela a la real (Second Life). Las actuales redes sociales integran mejor ambas dimensiones, haciendo del online una extensión del offline. No se pretende ya crear un espacio completamente diferente, sino más bien potenciar las relaciones ya establecidas en el mundo real. Además, los usuarios suelen presentarse usando su identidad real en ambos ámbitos. Por tanto, se puede decir que Internet está pasando de "comunidad virtual" a "red social".(Carbajo Núñez, 2012, p. 502).

"Pese a que el poder ideológico político de los medios tiene límites sistémicos muy precisos, con la nueva reubicación estructural destacada que los medios de difusión colectiva, especialmente electrónicos, han alcanzado dentro del sistema social a partir de los factores de posicionamiento global que han conquistado; su poder real superó la autoridad política ideológica del Estado convencional y se convirtieron en un poder autocrático sin control que influye, presiona, orienta y juzga a todos los grupos sociales, instituciones y sectores, sin que el bien público o el interés común los pueda acotar y dirigir. De esta forma, paulatinamente dejaron de ser medios y se convirtieron en fines: renunciaron a ser puentes de relación simbólica para edificar la comunicación y se transformaron en eficientísimas herramientas del poder establecido, especialmente privado, para dirigir, controlar y subordinar a los individuos y a los grupos según los proyectos económicos y políticos que los determinan. La supremacía de este nuevo primer poder ideológico ha llegado a ser tal que la tendencia histórica es que, cada vez más, su fuerza domine al poder político y no el poder político ordene al poder ideológico mediático". (Esteinou, 2012, pp. 131-132).

Y esa democracia no es la democracia de los orígenes, que aunque de un grupo, veían por la armonía del grupo y donde lo primordial era la ciudad, la polis, que cuidaba de todos, en donde se podían respirar las virtudes ciudadanas, con todos sus aciertos y errores, pero con una conciencia de grupo más que de individuos (Neira, 2004, p. 103 y 108) y que amenaza fuertemente el crecimiento y desarrollo de nuestros niños, niñas y jóvenes, redundando en su comportamiento en la sociedad y en su bienestar psico-físico y que ha llevado a estudios cuyos resultados son de tener en consideración, a saber

"Una de las principales conclusiones a que ha llegado la Sección de Pediatría Extrahospitalaria de la Asociación Española de Pediatría, tras un estudio epidemiológico sobre la detección de problemas psicosociales en el consultorio pediátrico, es que existe una fuerte relación entre las horas de televisión visionadas por semana y la prevalencia de problemas psicosociales en los niños. Este estudio, en relación con el número de horas que los más pequeños ven la televisión, descubre un perfil de conducta que reúne síndromes de aislamiento, quejas somáticas, ansio/depresivo, problemas sociales, trastornos de pensamiento, problemas de atención, conductas delictivas, conductas agresivas, alteraciones del sueño, nerviosismo, aislamiento-asocialidad, sedentarismo, cardiopatología, atrofia la actividad intelectual, deficiencia de la capacidad de discernimiento, fracaso escolar y acostumbamiento en la violencia. La conjugación de tales efectos en la subjetividad lleva a que los teleespectadores, sobre todo los adolescentes, banalicen la violencia". (Peiró i Grégori *et al*, 2011, p. 418-419)

"Por otro lado los escolares usan los celulares para producir imágenes de compañeras y compañeros jugando y divirtiéndose, pero también cuando pelean, están borrachos, se besan o exhiben sus cuerpos. Ellos comparten esas imágenes con los demás, incluso las suben a la red de Internet y en algunos casos las venden". (Gutiérrez, *et al*, 2013, p. 46)

"parece evidente que son los jóvenes y los adolescentes el grupo de riesgo más importante en el empleo del teléfono móvil, son grupos vulnerables ya que les resulta complicado controlar sus impulsos y emociones, siendo fácilmente influenciados por las campañas de publicidad, aceptando el móvil como un símbolo de estatus, pudiendo provocar problemas de autoestima en aquellos que no posean el último modelo o no reciban un número determinado de visitas o comentarios a sus intervenciones". (Ruiz-

Pero esta amenaza al futuro de la humanidad, ya se encuentra presente en los propios adultos actuales. Esta democracia a través de los medios de comunicación puede pasar del amor al odio y del recibimiento a la xenofobia. Vemos que la proliferación de los mass media pueden tener un nivel de especialización único, donde te entregan "asistencia para el suicidio, o en la orientación para continuar en un trastorno alimentario como la anorexia y la bulimia" y que decir de la "pornografía, la pederastía y la trata de personas" y las "páginas en donde se promocionan golpizas masivas, insultos o difamaciones para aquellos que consideran deben desaparecer". En resumidas cuentas, "Internet se ha convertido en el medio perfecto de las venganzas anónimas" (Trujano, *et al*, 2009, p. 12) y de la socavación de la Sociedad Abierta. Esto de que los medios de comunicación mass medias nacieron como espíritus libertarios y en forma especial la internet, (González, 2017) no lo compartimos, ya que poco a poco ha ido levantando su cabeza el Leviatán de los creadores y como manejan a su antojo las vidas de las personas. Hoy en día internet sabe que alimentos llevas a tu estómago, cuáles son tus intereses recreacionales e incluso tus deseos más íntimos y ocultos. De más está decir que internet nació como un instrumento militar. A ello, podemos agregar que en un estudio de Feo Acevedo y Feo Isturiz (2013) basándose en Chomsky & Herman (1990) y Carmona (2007), llegaron a la conclusión que

"en Estados Unidos, 29 organizaciones son las responsables de la producción de más de la mitad de los más de 25 mil medios de comunicación existentes en el país, y son ellas quienes definen la agenda de contenido y generan las noticias nacionales e internacionales. Las cuatro principales agencias de noticias (AP, UPI, Reuters y AFP) generan el 80 % de las noticias que circulan en todo el mundo. Pero resulta que los propietarios de estos grandes medios están directamente vinculados con otros rubros de la economía, como la banca, la producción de armamento, la agroindustria, las compañías petroleras, las compañías automotrices, o la industria farmacéutica. Un ejemplo: General Electric y Westinghouse, empresas inicialmente de manufactura de productos para el hogar, ahora también fabrican armamentos, son parte del complejo industrial de la salud y propietarias de grandes medios de comunicación" (Feo, *et al*, 2013, p. 85).

He aquí donde la sentencia de Moscovici (1981) toma real importancia y trascendencia, a saber, "no hay control in controladores" (Moscovici, 1981, p. 38) en clara alusión a las minorías que controlan el mundo y que disimulan su interés para provecho propio. La democracia se convierte en un estigma, parafraseando la obra de Goffman (1970), donde no es el individuo el que es apuntado con la mano, sino que, la democracia que no fue capaz de hacer respetar sus intereses por el bien común de todos y no de una minoría. En una cita que reproduciremos más adelante de Álvarez-Uría & Varela (2004) sobre el binomio capitalismo/democracia y que corresponde al anarquista español Ricardo Mella, no nos queda claro -con ironía y sarcasmo lo decimos-, si fue pronunciada en el siglo XIX, XX o XXI, ya que no se encuentra alojada a tiempo y espacio, como lo es de idéntica manera, el Discurso Fúnebre de Pericles, que si no se sabe que es de la Guerra del Peloponeso, podría ser presentada por un orador político en cualquier parlamento del mundo, a saber

"El proceso industrial culmina ahora en los grandes monopolios son los políticos lacayos de los banqueros. Gobiernan el mundo los millonarios. No hay arte ni ciencia, ni filosofía ni ética para el capitalismo triunfante. No hay más que mercados" (Álvarez-Uría, *et al*, 2004, p. 36).

El fusible se quemó, el circuito de la democracia dejo de funcionar (Bauman, 2011, p. 9) y el interruptor lo tiene en su poder los medios de comunicación, que juegan a diestra y siniestra su verborrea en defensa de la libertad de expresión y que no escatima en hacer daño a quienes lo rodean y crear falsas historias que son publicitadas como verdaderas: Lo dijo la diosa televisión, fue anunciado por el dios internet. En esta democracia secuestrada por los mass

media, "lo más privado se publicita, lo íntimo se ventila, el tabú se verbaliza y lo escabroso se visibiliza" (Imbert, 2003, p. 124). Esta simbiosis entre el poder de las comunicaciones y la democracia trae réditos a los políticos que logran darse cuenta de lo conveniente de tener organizaciones que trabajen para ellos y comiencen a crear sus verdades, naciendo en sí, verdaderos imperio transnacionales (Korte, 2005), convirtiéndose el arte de gobernar y por antonomasia, la democracia en el arte de la seducción. Aquí se descubre que

"La política no es el arte de dirigir un país, sino el de persuadir a la gente de que necesita a un conjunto de políticos asalariados que dirijan el país. Y nuestros líderes son expertos y hábiles en estas oscuras artes. Con el fin de mantenerse en el poder, necesitan vendernos la idea de ellos mismos como salvadores y también vendernos la idea de que no podríamos arreglárnoslas sin ellos. Dicho de otro modo, simplemente necesitan convencernos de que somos estúpidos e inútiles". (Hodgkinson, 2008, pp. 141-142).

La "nueva ágora" (Cuadra, 2003, p. 98) la sentimos por doquier. Goebbels no ha muerto y el *Triunfo de la Voluntad* realmente triunfó (Virilio, 1997). Solimano lo advirtió cuando afirma que la democracia no florecerá, mientras "el poder económico y la propiedad de los activos productivos, incluidos los medios de comunicación que afectan la formación cultural e ideológica de la sociedad, se concentren fuertemente en manos de pequeñas élites económicas". (Solimano, 2015, p. 34-35).

Cada día nos convertimos en consumidores. Ya no somos usuarios ni siquiera del Estado, sino que, clientes. El diccionario económico muy pronto reemplazará al diccionario de la lengua. Todo se ha de medir -y se mide- en base a lo económico-financista. Ya no hay *Día de la Madre*, *Día del Padre*, *Navidad* o *Día de San Valentín*, por el solo hecho de dar un abrazo cordial y fraterno. Esos días y otros tantos inventados por el consumismo a ultranza, son los momentos en que los mejores abrazos se los llevan los grandes empresarios sentados y festejando tranquilamente esos momentos de paz y armonía con sus familias o acariciando cual Tío Rico las sumas de dinero en sus bóvedas.

Para concluir, solamente podemos decir en boca de Durán Barba,

"Vivimos en una sociedad en que casi todos somos consumidores y cada día queremos consumir más. La televisión nos dice que debemos pertenecer al mundo Marlboro, aprendemos en los comerciales que quien no tiene unos zapatos de determinada marca es un idiota y que para ser verdaderamente sexis es indispensables comprar tal perfume" (Durán Barba, 2006, p. 119).

La televisión y los medios de comunicación crean y recrean la sociedad. La seducción a lo estilos de vida son el confort de una masa que sueña con ello. Joly (2003) ya lo había anunciado al desentrañar como el montaje del cine había llegado a la televisión y éste, diríamos nosotros, a los mass media. Ahora bien, algunos autores, como Rifkin (2010), nos dice que los medios de comunicación y en forma especial, la televisión, ha provocado "alto grado de interacción y retroactividad" (Rifkin, 2010, p. 549) y coloca como ejemplo los mensajes que son entregados por el público en el realite shows *El Gran Hermano*. Es irónico argumentar que en la obra 1984 y por consiguiente en este formato televisivo de donde obtuvo su nombre, no hay interacción y retroactividad, sino que, todo esta conscientemente manejado tras bambalinas. Lo que el telespectador pide ya se ha determinado por el director y editor y por los anuncios publicitarios que financian el programa. La masa actuará como el televisor quiere que actúe y no el televisor como la mayoría lo estime. La misma solidaridad se mide en rating. El mismo sujeto que no da un centavo por un migrante que golpea la puerta de su casa, si lo hace cuando una actriz se lo pide por televisión o por un anuncio en internet. El jugar con el dolor ajeno, es parte de los medios de comunicación y lo más grave aún, es que se vislumbra detras de todo, el poder de una minoría poderosa que sale enaltecida por sus obras de caridad

Programas de televisión en los cuales se perfecciona audiovisual y electrónicamente la limosna en una época en que se volvió peligroso estar detenido con el coche ante un

semáforo con la ventanilla baja. Actores y actrices más o menos vistosos, que piden cooperaciones a la audiencia, permiten que los espectadores se relacionen con las penurias sociales sin el malestar de los noticieros. Firmar escenas en orfanatos, seísmos y bombardeos, con vibrantes narraciones de locutores sensibles, ayuda a experimentar emociones que no se encuentran en las heladas estadísticas de la pobreza extrema. Protege la dignidad de los "carenciados" y el derecho de los consumidores a comprar sin culpa lo que producen quienes auspician teletones.

También podría llamarse a estos programas televisivos "Robin Hood" o "robinhoodismo de ida y vuelta": se pide dinero a los pobres para dárselos a los ricos, quienes luego lo repartirán entre los pobres. (García Canclini, 2007, p. 125).

Creemos que Orwell triunfo ante Vannevar Bush (Rusell, 2002). Llegamos a un futuro apocalíptico mediático y donde las palabras de Luhmann, resuenan más fuerte y claro y llaman a la reflexión cuando afirma que "la sociedad moderna parece haber llegado con ello a un límite donde no hay nada que no pueda ser comunicado; con la única vieja excepción de la comunicación de la sinceridad. (Luhmann, 2007, p. 241). En otras palabras, hay que mirar a la sociedad a los ojos, darle una nueva oportunidad y decirle: no rompas nuevamente mi confianza.

3. Conclusiones

Martínez, en su libro titulado *Os meios de comunicação* (1999), afirma que "la función de los medios es influenciar a los receptores y esa influencia puede ser mayor si el receptor no se dispusiera de la totalidad de las herramientas para esta análisis" (Martínez, 1999, p. 80). Ante ello, el solamente tomar actitudes como la niña Mafalda -que las tomas en todas las tiras cómicas y con razón- no lleva a nada, pues todo eso pasa por la cuestión de *poder* que los medios tienen o mantienen justamente sobre sus telespectadores y/u oyentes. Para Castells (2015), ese poder "es el proceso más fundamental en la sociedad, ya que la sociedad es definida alrededor de los valores e instituciones y lo que es valorizado e institucionalizado es definido por tales relaciones de poder" (Castells, 2015, p. 57) y son exactamente esas relaciones de poder -que el autor español define como "capacidad relacional"- que permiten a este actor social prácticamente mayoritario a determinar su influencia de manera directa y asimétrica aunque no absoluta en las decisiones del otro, de manera a favorecer la voluntad, los intereses y los valores del actor detenedor de ese poder (Castells, 2015).

Es comprensible cuando compramos algo motivados e influenciados por los medios, especialmente las cosas del cotidiano, pues es y está claro que estos medios están al servicio de una clase hegemónica, totalmente dominante y lista a defender a los intereses del capital, ya que es exactamente esto último lo que controla a estos mismos medios.

Referencias bibliográficas

Álvarez-Uría, F. & Varela, J. (2004). *Sociología, capitalismo y democracia. Génesis e institucionalización de la sociología en Occidente*. Madrid: Morata S. L.

Bauman, Z. (2011). *Daños colaterales. Desigualdades sociales en la era global*. México: Fondo de Cultura Económica.

Carbajo Núñez, M. (2012). El espectáculo de la intimidad. Raíces históricas de la comunicación centrada en el yo. *El Agora USB*, vol. 12 (2), 499-534.

Castells, M. (2015). *O Poder da Comunicação*. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Cuadra Rojas, Á. (2003). *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago: LOM Ediciones.

Durán Barba, J. (2006). *Mujer, sexualidad, internet y publicidad. Los nuevos electores latinoamericanos*. México: Fondo de Cultura Económica.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2016a). La propuesta que tal vez hubiera impulsado Karl Popper ante los enemigos de la sociedad abierta de hoy: para el Siglo XXI, el reformismo,

Revista CS, (20) Septiembre-Diciembre, 75-92.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2016b). ¿Tiene enemigos la sociedad abierta de hoy? Una mirada desde la obra Karl Popper. *Dilemas Contemporáneos, Educación Política y Valores*, Año III (3), 1-43.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2016c). Reflexiones en torno a la democracia, el fundamentalismo y la tecnociencia. Popper revolcándose en su tumba ante el nuevo historicismo de la "i", *Dilemas Contemporáneos, Educación Política y Valores*, Año IV (1), 1-10.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2016d). Sociedad Abierta y democracia en el mundo actual: la validez de Karl Popper, *Revista Fronteras*, vol. III (2), 141-160..

Estay Sepúlveda, J. G., Lagomarsino, M. & Cabezas Cáceres, C. (2016e). Reflexiones en torno a la democracia y bioética: los nuevos fundamentalismos democráticos y bioéticos. *Revista Argumentos de Razón y Técnica*, (19), 141-149.

Estay Sepúlveda, J. G., Lagomarsino, M., Rojas Ríos, C., Cabezas Cáceres, C. & Moraga Gálvez, L. (2016f). *La democracia en la maroma. En torno a esa cosa inventada por la élite ateniense*. Valladolid: Editorial CEASGA/Editorial Cuadernos de Sofía.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2016g). Cultura y fundamentalismo: los nuevos retos de la democracia. In *Los estudios culturales y literarios: Aproximaciones críticas a los discursos y expresiones artísticas y regionales*. Santiago de Chile.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2016h). Migración: Fundamentalismo y Refugio: La migración desde la óptica filosófica-histórica. In *8 Congreso internacional CEISAL Consejo Europeo de Investigaciones Sociales en América Latina "Tiempos posthegemónicos: sociedad, cultura y política en América Latina*. Salamanca.

Estay Sepúlveda, J. G., Gavilanes Bravo, A., Medeiros, T. da S. & Lagomarsino, M. (2017a). América: Entra la Utopía de Colón y la Sociedad Abierta de Popper. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 22 (76), 83-89.

Estay Sepúlveda, J. G. & Lagomarsino, M. (2017b). Reflexiones en torno a la Publicidad y la Democracia: El Alter Ego del Fundamentalismo Democrático. *Revista Iberoamericana de Comunicación* (forthcomming).

Esteinou Madrid, J. (2012). Los medios electrónicos de difusión masiva y la crisis de la cultura en México. *Argumentos*, (68), 121-157.

Feo Acevedo, C. & Feo Istúriz, O. (2013). Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. *Saúde em Debate*, vol. 37 (96), 84-95.

García Canclini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barceona: Gedisa Editorial.

Goffman, E. (1970). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

González López, F. (2017). Desafíos y oportunidades de la regulación de internet. *Paakat: Revista de tecnología y Sociedad*, Año 6 (11). S/P.

Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I. & Del Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, vol. XXIX (Jul-Dic), 268-285.

Gutiérrez, R., Vega, L. & Rendón, A. (2013). Usos de la internet y teléfono celular asociados a situaciones de riesgo de explotación sexual de adolescente. *Salud Mental*, vol. 36 (1), 41-48.

Moscovici, S. (1981). *Psicología de las minorías activas*. Madrid: Morata S. L.

Hodgkinson, T. (2008). *Cómo ser libre*. Madrid: Aguilar.

Imbert, Gérald. (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Joly, M. (2003). *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós.

Korten, D. (2005). *Cuando las transnacionales gobiernan el mundo*. Santiago: Editorial Cuatro Vientos.

Luhmann, N. (2007). *La sociedad de la sociedad*. México: Editorial Herder.

Martínez, F. S. (1999). *Os meios de comunicação*. Brasília: Ministério da Educação Medianamente! Televisão, cultura e educação.

Neira, H. (2004). *La ciudad y las palabras*. Santiago: Editorial Universitaria.

Peiró i Gregori, S. & Merma Molina, G. (2011). Una mirada crítica a las repercusiones de la televisión en la educación. *Polis*, vol. 10 (29), 413-432.

Rifkin, J. (2010). *La civilización empática. la carrera hacia una conciencia global en un mundo en crisis*. Madrid: Paidós.

Ruiz-Palmero, J., Sánchez-Rodríguez, J. & Trujillo-Torres, J. M. (2016). Utilización de Internet y dependencia a teléfonos móviles en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, vol 14 (2), 1357-1369.

Russell Neuman, W. (2002). *El futuro de la audiencia masiva*. México: Fondo de Cultura Económica.

Saint-Pierre, H. L. (2015). 11 de Setembro: do terror à injustificada arbitrariedade e o terrorismo de Estado. *Revista de Sociologia e Política*, vol. 23 (53), 9-26. DOI: 10.1590/1678-987315235302

Santibáñez, A. (2013). *¿Ética periodística? ¡Ja, ja, ja! (Comentario de un lector escéptico en el blog de El Mercurio)*. Santiago: Bravo y Allende Editores.

Santibáñez M., A. & Vergara L., E. (2008). Periodismo y Publicidad: claves y ambigüedades de una relación promiscua. *Revista UNIVERSUM*, vol. 1 (23), 248-267.

Solimano, A. (2015). *Élites económicas, crisis y el capitalismo del siglo XXI. La alternativa de la democracia económica*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.

Trujano Ruiz, P., Dorante Segura, J. & Tovilla Quesada, V. (2009). Violencia en internet: nuevas víctimas, nuevos retos. *Liberabit*, 15 (1), 7-19.

Virilio, P. (1997). *Cibermundo. ¿Una política suicida?* Santiago: Dolmen Ediciones.

1. Profesor de Historia y Geografía. Doctorando en Historia. Universidad de Los Lagos, Chile. Editor Revista Inclusiones, Chile y Revista Pasajes, Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: juanguillermoestay@yahoo.es

2. Bibliotecóloga. Magíster © Historia y gestión del Patrimonio Cultural. Universidad de Los Andes, Chile. Directora Revista Inclusiones, Chile y Directora Revista Ciencias de la Documentación, Chile. Correo electrónico: carolinacabezascaceres@gmail.com

3. Filósofo. Dr. © en Filosofía. Universidad de Valparaíso, Chile. Secretario de Relaciones Internacionales Gobierno Regional de Valparaíso, Chile. Correo electrónico: mario.lagomarsino@gorevalparaiso.gob.cl

4. Profesor de Inglés y profesor de Historia y Geografía. Dr. En Políticas y Gestión Educativa. Ministerio de Educación, Chile. Superior Ministerio de Educación, Chile. Correo electrónico: joseluis.reyeslobos@yahoo.com

5. Diseñador en Comunicación Visual. DEA en Investigación Científica en Diseño. Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile. Director Centro de Facultad. Correo electrónico: crojas@utem.cl

6. Dr. en Teoría Literaria. Instituto Nacional de Educação de Surdos, Brasil. Investigador. Correo electrónico: ctuliomedeiros@gmail.com

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (Nº 03) Año 2018

[Index]

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]