VIOLENCIA SIMBÓLICA Y NARRATIVA DE INFORMATIVOS

Antonio Fernández Vicente

"Si alguien quiere liberarse de este violento prejuicio de la costumbre, hallará que muchas cosas admitidas con una resolución indudable no tienen otro apoyo que la barba cana y las arrugas del uso que las acompaña"
Michel de Montaigne, *La costumbre y el no cambiar fácilmente una ley aceptada*

En 1926, Bertolt Brecht describió en el drama *Un hombre es un hombre* cómo a través de la creación engañosa de una segunda realidad artificial, que duplica la dimensión fáctica, lo simbólico es capaz de enajenar la propia identidad del individuo desde el propio convencimiento y adhesión a la realidad propuesta del ser alienado. La voluntad del hombre queda así predeterminada por los discursos retóricos de quien es capaz de dar nombre, de otorgar existencia al ser humano. El proceso de transformación radical de un descargador inglés en el personaje actorial de un colérico soldado del ejército colonial es resultado de la violencia simbólica. En la línea de las *propagandes modernes* descritas por el filósofo de la técnica Jacques Ellul, la persuasión no tiene como último objetivo la opinión de los *propagandés*, sino las *praxis*. Qué mejor mecanismo de manipulación práctico que aquel capaz de lograr que la voluntad del alienado coincida con los deseos del propagandista. No es sino de este modo que la identidad de Galy Gay, agente abúlico y falto de decisión, transmigra hacia la caracterización de Jeraiah Jip: "Uno sólo no es nadie. Alguien tiene que nombrarlo"[1]. Los soldados, impelidos por la necesidad de evitar una reprimenda castrense, irrigan en Galy Gay la creencia en su discurso que se superpone a la historia verdadera. Al darle el nombre de Jeraiah, crean una nueva realidad en la que Galy Gay ha de interactuar de acuerdo con los presupuestos de su nueva e impuesta identidad.

El engaño toma proporciones universales si nos referimos al oscurantismo dogmático contrario a las tesis copernicanas. En *Vida de Galileo*, Brecht expresa la lucha de las

[1] Brecht, Bertolt, *Un hombre es un hombre*, en *Teatro completo*, Cátedra, Madrid, 2006, p. 294.

creencias inculcadas e interiorizadas como violencia simbólica en contra de la razón científica. La fe religiosa sobrepuja a la fe perceptiva de nuestros órganos sensoriales. La ingenua y cotidiana creencia en unas estructuras sociales estáticas, incuestionadas, eternizadas, tienen su reflejo, e incluso su legitimación, en el marasmo de un discurso sobre la esfera terrestre y el astro Sol que contradice lo percibido directamente por los sentidos. Al distanciarnos de la realidad cotidiana, construida socialmente, es posible desentrañar las tensiones y conflictos hasta ese momento mistificados por la naturalización de conceptos, en términos mitológicos caros a Roland Barthes. La naturalización del concepto por habituación al orden representativo del mundo preciso de la *Verfremdung*, el extrañamiento de lo que por obvio y trivial, pasa por inadvertido y aceptado de modo tácito: "Los que sólo ven el pan en la mesa no quieren saber cómo se amasa; esa chusma prefiere dar las gracias a Dios que al panadero"[2].

Es imperativo, pues, profundizar en lo cotidiano, historizarlo, desprenderse del olvido cosificador y sorprenderse de aquello que, por acostumbrado, ha pasado al reino de lo invisible, al mundo de lo ya-dado invisible a nuestros ojos. Al tiempo, la pieza didáctica de Brecht enseña a escapar de las posiciones epistemológicas inmovilistas: reivindica el aprendizaje de lo contingencia de las producciones y acciones humanas: "Quien no conoce la verdad, es sólo un zoquete. Pero quien la conoce y la llama mentira, ¡es un criminal!"[3].

En el mundo de ficción pergeñado por los *media*, una segunda realidad asintótica y naturalizada conforma categorías mitológicas que estructuran y dividen nuestra comprensión del mundo. En su ensayo sobre la televisión, el sociólogo Pierre Bourdieu ratifica cómo poesía –lo que puede acontecer, en su definición aristotélica- e historia –lo que ha acontecido- confluyen en el entorno televisivo objetivista. Por medio de la permanente sujeción del discurso al paradigma de lo verosímil, la mentira ficcional fagocita la realidad; priva al espectador de la función estética de lo artificial como expresión de mundos posibles. No existen ya mundos alternativos al real porque lo proyectado como ficción televisiva corresponde a lo que llamamos mundo de la vida, a la esfera de lo real. Convendría, sin duda, revisar *The Decay of Lying* escrito por Oscar Wilde. Encadenados a la realidad paradójica de la esfera mediática, "vamos cada vez

[2] Brecht, Bertolt, *Vida de Galileo*, en *ibidem*, p. 978.
[3] *Ibidem*, p. 971.

más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. La televisión se convierte en el árbitro del acceso a la existencia social y política"[4].

La dramatización de la realidad en curso da pábulo a la manipulación retórica de los marcos de referencia, del contexto ideológico de acuerdo con el cual una acción cobra sentido. El principio de selección, de montaje, de ordenación representativa, utópica –*ne pas oublier Foucault*- de los acontecimientos, la búsqueda de lo sensacional; todos estos mecanismos de formalización de la aprehensión del mundo actúan como mistificación de las huellas del discurso. Se construye la actualidad, lo actual, al tiempo que se eliminan las pistas que evidenciarían el carácter histórico de tal duplicación. Suprimidos los trazos del discurso mediático, nuestra experiencia del mundo toma como representación, percepción directa, lo que no responde sino a un complejo y subrepticio aparato de preselecciones y divisiones convertidas en lo cotidiano. Fuera de este ámbito de normalidad –concepto estadístico- establecido por la estructuración mediática del campo de las *praxis*, cualquier conducta, todo modelo distinto en sus presupuestos de orientación práctica recibe el excluyente nombre de lo patológico. Erich Fromm invirtió los términos de modo magistral al escribir *La patología de la normalidad*. Adecuarse voluntariamente al término medio, a la norma, viene siendo una tendencia en aumento a medida que la tecnología digital favorece *La globalisation de la surveillance*, según constata el teórico de los medios Armand Mattelart.

De este modo situadas *en* –y no *ante*- el discurso, la historia ficticia televisada no es percibida como ficción, sino como inscripción de la realidad en un mundo modelizado en su comprensión por el relato mediático. Detrás de la imagen tecnológica se esconde la insidiosa economía política de la formación de las conciencias. La fascinación por el mundo incondicionado arcaico es sustituida por la celebración automática e irreflexiva del universo tecno-icónico como legitimación vertebradora del poder socio-económico. Tal y como explica Lucien Sfez en un lúcido ensayo sobre *Technique et idéologie*, "nous vivons alors dans la fiction, dans un univers mi-apparences, mi-réalité; films, téléfilms et documantaires aidant, nous ne démêlons qu'à grand peine ce qui appartient à la science ou à la fiction, au réel ou à l'illusion"[5].

[4] Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Anagrama, 3ª edición, Barcelona, 2000, p. 28.
[5] Sfez, Lucien, *Technique et idéologie*, p. 239.

La utopía tecnológica de la mediasfera comprime el tiempo; no sitúa en la eternidad de un tiempo atemporal, de un presente eterno tildado de *presentisme* por François Hartog. El resultado es una construcción del futuro que perpetúa el estado actual –de actualidad- basado en el falseamiento del momento, no ya pasado, sino presente. Se nos nombra al mundo como a Galy Gay y quien lo nombra se arroga el poder de denominarlo a solaz. Tomamos nuestros marcos de referencia, las estructuras de sentido que instauran valores y establecen lo bueno, lo malo, del discurso oscurantista que niega el *hic et nunc*, el aquí y ahora de las impresiones sensibles directas. El mundo predigerido de lo tele-real toma el testigo del genio maligno cartesiano.

Sujeto a la heterodirección de intereses económicos y oligárquicos, es el propio modelo de sentido del capitalismo tardío aquello que se impone como realidad inalterable, que siempre ha sido así y no puede ser de otra manera: un estado de existencia no sujeto a la corrupción del tiempo, una cosmópolis ideal, platónica, esencial y reificada e independiente de toda decisión y responsabilidad humanas. Diríase que el espectador es arrojado –mitos catamórficos- a un mundo incondicionado, a un entorno puramente simbólico cuyo *axis mundi* –el capital global- fundamenta toda regla de actuación de los individuos aparentemente libres e ilustrados.

Es por el imaginario social que son posibles las prácticas de una sociedad dotadas de sentido. Los *media* se anteponen como filtro de las *praxis* en cuanto constituyen hoy el *background* categorizador donde la concepción-práctica ha de fundirse en concepto-percepto del flujo de imágenes prefabricadas. En palabras de Charles Taylor, "tenemos una idea de cómo funcionan las cosas normalmente, que resulta inseparable de la idea que tenemos de cómo deben funcionar y del tipo de desviaciones que invalidarían la práctica"[6]. Aplicado a la conformación de la actualidad, es precisamente el concepto de noticiable lo que ratifica el citado razonamiento. Los *media* representan los "*apriorismos* históricos de nuestro tiempo", como bien señala el filósofo José Luis Pardo:

> "Cada vez que señalo una irregularidad doy, además, una imagen de la regularidad: Cada noticia emitida por los medios proporciona dos informaciones: que ha pasado tal cosa, y que no es normal que tales cosas pasen. Puede ser que

[6] Taylor, Charles, *Imaginarios sociales modernos*, Paidós, Barcelona, 2006, p. 38.

> la primera información sea desmentida y descalificada por hechos posteriores. La segunda información quedará siempre intacta"[7].

De acuerdo con tal institucionalización del discurso mediático como fundamento verosímil de las prácticas, el género informativo como fundamento rector de prácticas, el género informativo en televisión se inscribe y consigna el *estado normal* a través de procesos de banalización de la realidad. Al enfatizar lo anecdótico, lo trivial, lo extraordinario, el discurso del informativo crea costumbres ya dadas. Es en este contenido latente que subyace en el manifiesto donde reside su mayor poder retórico. Al nombrar lo que es excepción, confirma la regla. De este modo, el proceso de globalización, cuyos orígenes se remontan a la época de las circunnavegaciones y los descubridores transatlánticos, es presentado

> "aparentemente como neutral y necesario. Necesario en el sentido de ser considerado como la fase final y resolutiva del proceso de modernización del mundo y de sus estructuras económicas, políticas y sociales; neutral en cuanto que la ideología que la sustenta se considera a sí misma al margen de las tradicionales antagonías de las concepciones del mundo y de sus diferentes proyectos políticos y morales"[8].

Objetivismo y determinismo se funden en los *media* con el subrepticio propósito de legitimar un orden existencial transido de un "estado endémico de guerra mundial"[9]. Se combate el hecho de un tiempo de excepción con los parámetros de la *illusio* del discurso. El entorno virtual de la mediasfera proporciona un campo de seguridad sobre el que orientar las conductas. Mediante la violencia simbólica se reducen los efectos perversos de la violencia física. No cabe de otro modo entender la práctica denominada *Storytelling*: la *reality-based community* es desplazada por las *imagined communities*[10] cohesionadas por la ideología del discurso mediático a escala global y fragmentada. Se trata de una estrategia comunicativa que sumerge al espectador global en la diégesis informativa, por otra parte condicionada por orientaciones comerciales inherentes a las transnacionales que concentran el poder mediático. En términos de teoría literaria, el

---

[7] Pardo, José Luis, *La banalidad*, Anagrama, Barcelona, 1989, p. 143.
[8] Jarauta, Francisco, "Presentación", en Jarauta, Francisco, ed., *Escenarios de la política internacional*, Fundación CajaMurcia, Murcia, 2007, p. 6.
[9] Hardt, Michael y Negri, Antonio, *Multitud: guerra y democracia en la era del Imperio*, Debate, Barcelona, 2004.
[10] *Cfr*. Anderson, Benedict, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Tenth impression, London, New York, 2000. En cuanto al carácter artificial de nación, Anderson precisa: "It is *imagined* because the members of even the smallest nation will never know most of their fellows-members, meet them, or even hear of them, yet in the minds of each lives the image of their communion", p. 6.

espectador es atrapado en la diégesis del flujo informativo, obligado a aceptar de modo tácito las reglas del juego inscritas como trasfondo del mundo artificial. La extradiégesis queda relegada así al olvido, y cuando hablamos de extradiégesis nos referimos a la realidad fáctica de los acontecimientos que no pueden ser contados sin ser manipulados. Es a esta práctica a la que alude Christian Salmon: "La estrategia de Shérézade es una gran estafa, construida a partir de la ilusión de que simples historias moralizantes pueden darnos un sentimiento de seguridad, independientemente de lo que ocurra en el mundo"[11].

La violencia simbólica actúa como poder cohesionador de las conciencias en el terreno de la imposición de los sentidos. La neutralidad e inevitabilidad aparente descrita por el profesor Jarauta en el marco del *Foro de la Mundialización* es resultado de la irrigación de trasfondos de referencia en las mentes de los espectadores globales. A la economía mundial, al "sistema-mundo imperial moderno" –que "no es un imperio institucionalizado, fundado y reconocido como tal"[12]- ha de superponerse una conciencia hipersincronizada con el objeto temporal proporcionado por las industrias culturales. De esta manera, el ser humano se halla envuelto por la infosfera como cámara de resonancia de los planteamientos simplificadores del neoliberalismo. Vicente Romano expone con gran acuidad que el objetivo capital del sistema tecnocapitalista reside en convertirnos en "apéndices del mercado": "Es más económico y más eficaz meter a la instancia de control, a la policía, en la mente de los individuos que mantener y utilizar cuerpos de represión física."[13]

La efectividad de esta suerte de interiorización del control –*soft power*-, de intervenir en el proceso de maduración de las decisiones, sobrepuja a la coerción visible y frontal. No se trata de la construcción explícita de un aparato ideológico fácilmente identificable, de un relato ficticio y fundacional que responda a unas intenciones manifiestas. Antes bien, la confluencia de la imagen y la realidad enmascara la manipulación de las conciencias, hasta hacer creer que lo representado es presenciado; que la acción corresponde a una decisión libremente concebida por el sujeto activo; y que los valores democráticos no se hallan preestructurados por relación alguna de dominación económica. Vivir en el

[11] Salmon, Christian, "El mago de la casa blanca: inventar la realidad", en *Le Monde Diplomatique edición española*, Nº 146, 2007, p. 3.
[12] Naïr, Sami, *El imperio frente a la diversidad del mundo*, Areté, Barcelona, 2002, p. 21.
[13] Romano, Vicente, *La formación de la mentalidad sumisa*, El viejo topo, Barcelona, 2007, p. 104.

tiempo falseado de los medios, sincronizados con el flujo informacional tomado como inmediato, aliena al espectador desde el mismo instante en que no reconoce lo falso como tergiversación de una realidad en curso que es, por definición, no susceptible de registro ortotético.

En consecuencia, el medio tecnológico audiovisual sustituye al medio natural: habitamos en la mediasfera de imágenes prefabricadas tomadas como realidad directamente percibida. El corolario es lo que Paul Virilio denomina "mondialisation instantanée des affects": un condicionamiento estético, también declinado por el filósofo Bernard Stiegler, que desemboca en la ausencia de voluntad autónoma, en la actividad heterodirigida del espectador *hors-de-soi*. La fe perceptiva se traslada desde el propio cuerpo a la teleobjetividad de la tecnología audiovisual. La hipnosis colectiva advertida por Virilio resulta de la disuasión generalizada que desvía la mirada "de la contemplation d'une réalité qui, pourtant, nous environne de toutes parts"[14].
Así, por una parte el universo mediático se eleva como ficción verosímil. Por otra, el espectador global –comprimido el espacio en beneficio del tiempo fabricado del espectáculo audiovisual- no reconoce el discurso que se le ofrece como *imago mundi*, sino como el mundo mismo ausente de mediación alguna. El desastre de lo simbólico no radica tanto en la explosión de marcos referenciales dadores de sentido a la existencia –consustanciales a la "sociedad de individuos", en términos de Elias- como en la ingenua creencia interiorizada en que lo que existe no es más que lo que la infosfera coloca en nuestro *percipi*.

En el *storytelling*, aún percibimos con nitidez la explícita intención de un emisor. Todavía es posible nombrar una fuente de manipulación, como bien explica Christian Salmon en su *Storytelling: la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*[15]. El problema se agudiza en el momento en que las categorías estructurantes del mundo habitan los principios de conocimiento del individuo. Wittgenstein argumentaba la limitación de nuestro mundo conforme a los límites de nuestro lenguaje. El modo de ejercer violencia simbólica se refiere al poder de acaparar el *worldmaking* a través del control de las categorías del lenguaje.

[14] Virilio, Paul, *L'université du désastre*, Galilée, París, 2007, p. 54.
[15] Salmon, Christian, *Storytelling: la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La découverte, Paris, 2007.

Nómos, *illusio*, "*anámnesis* del génesis", disposición escolástica, sentido común: son todas expresiones en las que Pierre Bourdieu discurre sobre la ley tácita inscrita por la violencia simbólica. Todos ellos nos remiten en último término a la invención de la costumbre, definida por Ambrose Bierce en *El diccionario del Diablo* como "cadena de los libres":

> "La violencia simbólica es esa coerción que se instituye por medio de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo tanto, a la dominación) cuando sólo dispone para pensarlo y pensarse o, mejor aún, para pensar su relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la dominación, hacen que ésta se presente como natural"[16].

Todo fundamento de ley –en cuyo origen se halla la usurpación- ha de revestir necesariamente una ubicación histórica. La legitimación del *nómos* procede de la continua habituación a principios de división aplicables a todos los campos de la existencia. El *nómos* "define lo pensable y lo impensable, lo prescrito y lo proscrito, sólo puede permanecer impensado"[17]. No es susceptible de plantear su antítesis, un punto de vista exterior porque no se manifiesta como punto de vista, sino como evidencia banalizada, trivial, ya dada. Es significativo que la violencia simbólica cobre una renovada actualidad en el contexto socioeconómico del *sistema-mundo imperial*, donde se discute sobre la pertinencia de proclamar el fin de la historia (Francis Fukuyama). Se trata de la estructuración informal de las condiciones de existencia más allá de toda discusión, bajo el acuerdo tácito de aceptación automática de la lógica neoliberal oligopolística. La fuerza mágica que legitima la hipertrofia del valor de cambio y la mediación omnipresente mercantil en todas las actividades de la vida se propaga con virulencia –márketing vírico- a través de la propia narrativa de informativos. La sumisión que no se percibe como tal, la domesticación deseada por el alienado se extiende por medio de una "propiedad que, porque responde a unas 'expectativas colectivas', socialmente construidas, a unas creencias, ejerce una especie de acción a distancia, sin contacto físico"[18]. La labor previa, invisible, olvidada –la reificación es olvido, recordamos a Adorno- y repetitiva inventa la costumbre, el tiempo

[16] Bourdieu, Pierre, *Meditaciones pascalianas*, Anagrama, Barcelona, 1999, p. 225.
[17] *Ibidem*, p. 129.
[18] Bourdieu, Pierre, *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*, Anagrama, 3ª edición, Barcelona, 2002, p. 173.

pseudocíclico, circular y arcaico denunciado por Debord en su *Société du spectacle*. Obedecer sin cuestionar la obediencia gracias al consenso primordial de un sentido no dialéctico del mundo.

En la narrativa de informativos se ha impuesto, por *habitude*, la práctica fragmentaria de intercalar hechos noticiables y espacios publicitarios. Incluso gran parte de las informaciones presentadas –sobre novedades mercantiles- reverberan, multiplican el dominio de la mercancía. Tal estructura asumida como una evidencia compartida, sentido común fuera de la discusión por parte del público y de los profesionales de la comunicación, convierte en actitud natural lo que no es sino un condicionamiento económicamente elaborado –lo rentable –expresado en audiencia- prima sobre la función social del informativo. La división complementaria publicidad/información categoriza la realidad social *taken for granted*.

Así, la creencia implícita en la ubicuidad de la mercancía se revela tanto más inextricable por cuanto lo verosímil –los hechos noticiables- incluye tales elementos de ficción naturalizada de modo no explícito en la conciencia del espectador global. El pasado del espectador coincide con el tiempo del megaobjeto temporal que es el flujo mediático audiovisual de modo que, como bien demuestra Stiegler, las protenciones posibles –términos de Husserl-, lo que podemos esperar del futuro viene determinado por las costumbres prácticas inscritas en nuestra memoria retencional a cargo de la industria cultural –pensamiento único, no reflexivo, unidimensional (Marcuse), deshistorizado. Las noticias se transforman en una mercancía inmaterial, comprada por los anunciantes para acceder al tiempo de vida de los consumidores. El principio implícito, la tesis no planteada ni defendida radica en la habituación, la rutinización del espectador *dentro* de la lógica del juego capitalista se hipertrofia desde el instante en que olvidamos la contingencia de tal sistema de oposiciones. ¿Somos capaces aún de imaginar un mundo sin anuncios publicitarios? ¿Sin mercancías?

No es necesaria intervención deliberada alguna: el adormecimiento de nuestra capacidad crítica a través de la invención de la costumbre enmascara la coerción bajo la *illusio* naturalizadora de un *advertising* consustancial al mundo de la vida: “La *illusio* es una manera de *estar-en* el mundo, de estar ocupado por el mundo, que hace que el agente

pueda estar afectado por una cosa muy alejada, o incluso ausente, pero que forma parte del 'juego en el que se está implicado'"[19].

En el aprendizaje de lo que es nuestro mundo, la red de representaciones simbólicas que intermedian nuestra experiencia[20] construyen en este caso las fantasías comunales de eternización del imperio mercantil. Al respecto de la teoría del símbolo, el filósofo alemán Norbert Elias sostenía: "Los miembros de una sociedad no conocen lo que no tiene representación simbólica en el idioma de esa sociedad"[21]. Fuente de conocimiento de las masas televidentes, el híbrido informativo-comercial no transmite sino en el código de la mercancía como trasfondo social. Lo que forma nuestro acervo de costumbres, nuestra fuente de orientación y sentido, se halla imbuido por la racionalidad mercantil. Por una parte, se nos cuenta –superficial visión- que el mundo *está fuera de quicio* –tema del arte para Brecht. A continuación, se nos obsequia con el emplazamiento de inmunidad, la seguridad falsa que orienta nuestros comportamientos hacia el lenitivo sedante de la mercancía. Si nuestro conocimiento del mundo –proporciona medios de orientación en medio de un mundo incomprensible *a priori*[22]- nos es suministrado por el complejo industrial mediático, sin duda son todas las categorías estructurantes del sistema-imperio lo irrigado en las mentes de los espectadores.

Las violencias estructurales generadas por el sistema tecno-económico capitalista –deslocalización, precariedad laboral, estado endémico de guerra permanente- se manifiestan en el informativo como el paisaje de acontecimientos que necesariamente –por repetición *ad infinitum* de la mismidad narrativa- ha de desembocar en las fruslerías anecdóticas, informaciones deportivas –*panem et circenses*- y la previsión meteorológicas –el informativo legitimado por el dominio anticipado de la naturaleza. La ficción informativa dramatiza, escenifica, ordena la realidad, la heterotopía en el simultáneo tiempo real del acontecimiento televisivo bajo los dictámenes de la rentabilidad. Se evita plantear conflictos, representar las contradicciones inherentes a las estructuras socioeconómicas. Por medio de la repetición del esquema conflicto-

[19] Bourdieu, Pierre, *Meditaciones pascalianas*, p. 179.
[20] Elias, Norbert, *Teoría del símbolo: un ensayo de antropología cultural*, Península, Barcelona, 2000, p. 195.
[21] *Ibidem*, p. 36.
[22] Elias, Norbert, *Conocimiento y poder*, Ediciones Endymión, Madrid, 1994, p. 55.

solución, la trama de la actualidad es resuelta como destino ya prescrito. Al igual que en las alienantes producciones de Hollywood, el informativo mezcla verosimilitud y *happy end*. El corolario es un entorno virtual de seguridad ontológica. "¿Por qué la ficción, la imitación de la acción, no es acción 'de verdad'"? –pregunta el filósofo José Luis Pardo: "Porque en la ficción, el curso de la acción ya está *escrito* y previsto"[23].

Lo escrito y lo previsto en el informativo no corresponde a los contenidos, siempre cambiantes en su superficie por el imperativo líquido de novedad incesante. Antes bien, el fondo común, lo ya escrito es esa habituación a una experiencia vicaria en el espectador que rompe toda actividad crítica en el espectador. El personaje de destino encarnado por el presentador dramatiza la ficción informativa, desde el gesto atrabiliario y compungido ante genocidios, hasta el chiste final que invalida y borra de raíz todo atisbo de trascendencia reflexiva requerida al espectador. La solución a los conflictos presentados pasan por desear una buena tarde o, mejor aún, hipertextualizar al espectador hasta otros contenidos dotados de la misma estructura narrativa.

En consecuencia, la combinación de secuencias narrativas desencadena un significado de resolución del conflicto por medio de la evasión a mundos alternativos, de raigambre mitológica, donde se dan cita las constantes del neoliberalismo. La sección deportiva, donde el juego –paréntesis lúdico a la vida cotidiana, según Johan Huizinga- pierde su distancia respecto a lo económico, se presenta como el paliativo ideal para el estrés ilocalizable provocado por el sistema tecno-mercantil.

Peter Sloterdijk ha sabido identificar el tiempo global invadido por el capital en la metáfora del *crystal-palace*. En un mundo deshistorizado, compacto, de inhibición mutua, donde la globalización atañe a un "continente artificial dinamizado y animado por el confort en el océano de la pobreza"[24], el espectador pasivo –que no es *prosumer*, ni tan siquiera en el ámbito de lo digital también capturado por la lógica del capital- domesticado, habita el interior infantilizador y *disneyficado* del confinamiento en el mundo reglado por la violencia simbólica del informativo. A modo de conclusión, leamos a Sloterdijk:

> "Los sistemas nerviosos de los habitantes del palacio de cristal son ocupables sin esfuerzo por invasores discrecionales, pues aquéllos, condicionados por el aburrimiento en palacio, siempre esperan noticias de fuera. Los programas

[23] Pardo, José Luis, *Esto no es música*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2007, p. 112.
[24] Sloterdijk, Peter, *En el mundo interior del capital*, Siruela, Madrid, 2007, p. 234.

paranoides infraocupados de los ciudadanos del bienestar apremian a captar y amplificar las mismas señales que demuestran la existencia de un enemigo externo. En la infosfera histerizada, tales ampliaciones se distribuyen como imagen de la situación en los consumidores de terror, que asumen el indirecto sentir-se-amenazados como estimulante de su metabolismo"[25].

Referencias

- Anderson, Benedict, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Tenth impression, London, New York, 2000.
- Bourdieu, Pierre, *Meditaciones pascalianas*, Anagrama, Barcelona, 1999.
- *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*, Anagrama, 3ª edición, Barcelona, 2002.
- *Sobre la televisión*, Anagrama, 3ª edición, Barcelona, 2000.
- Brecht, Bertolt, *Teatro completo*, Cátedra, Madrid, 2006.
- Elias, Norbert, *Conocimiento y poder*, Ediciones Endymión, Madrid, 1994.
- *Teoría del símbolo: un ensayo de antropología cultural*, Península, Barcelona, 2000.
- Hardt, Michael y Negri, Antonio, *Multitud: guerra y democracia en la era del Imperio*, Debate, Barcelona, 2004.
- Jarauta, Francisco, ed., *Escenarios de la política internacional*, Fundación CajaMurcia, Murcia, 2007.
- Naïr, Sami, *El imperio frente a la diversidad del mundo*, Areté, Barcelona, 2002.
- Pardo, José Luis, *Esto no es música*, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2007.
- *La banalidad*, Anagrama, Barcelona, 1989.
- Romano, Vicente, *La formación de la mentalidad sumisa*, El viejo topo, Barcelona, 2007.
- Salmon, Christian, "El mago de la casa blanca: inventar la realidad", en *Le Monde Diplomatique edición española*, Nº 146, 2007.
- *Storytelling: la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La découverte, Paris, 2007.
- Sloterdijk, Peter, *En el mundo interior del capital*, Siruela, Madrid, 2007.
- Taylor, Charles, *Imaginarios sociales modernos*, Paidós, Barcelona, 2006.

[25] *Ibidem*, p. 216.

- Virilio, Paul, *L'université du désastre*, Galilée, París, 2007.