



-Estudios de grado:

FILOSOFÍA.

-Departamento:

METAFÍSICA Y CORRIENTES ACTUALES DE
LA FILOSOFÍA, ÉTICA Y FILOSOFÍA

TRABAJO FIN DE GRADO.

Política, economía y medios de comunicación.

El caso español.

TUTOR

Dr. D. Miguel A. Pastor Pérez.

ALUMNO

Rafael Barba Montijano.

Sevilla 2019

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

A. Resumen / abstract-----	pág. 2
B. Introducción. -----	pág. 3
C. Perspectiva escuela de Frankfurt. -----	pág. 5
a. Marcuse, crítica a los <i>mass media</i> -----	pág. 8
b. Emergencia y agentes políticos.-----	pág. 12
D. Medios de comunicación relevantes. -----	pág. 14
E. Información relevante. -----	pág. 15
F. ¿Cómo se financia la información? -----	pág. 16
G. ¿Quién controla los medios de difusión? -----	pág. 19
H. Ejemplos de manipulación política en los medios. -----	pág. 21
I. Medidas de transparencia. -----	pág. 23
J. Lipovetsky o la visión conformista. -----	pág. 24
K. Conclusiones. -----	pág. 29
L. Bibliografía. -----	pág. 40

A. Resumen.

El presente trabajo tratará de poner de manifiesto la preocupante vinculación e interdependencia entre medios de comunicación, política y corporaciones o poder económico. Abordaremos la problemática desde una perspectiva real contemporánea estableciendo la relación entre estos actores principales del neoliberalismo; también tomaremos en cuenta la perspectiva de la escuela de Frankfurt de la mano de Marcuse y completaremos con la visión conciliadora de Lipovetsky acerca de estos tres estamentos y su juego con el individuo de hoy día. Para terminar, se aportarán conclusiones al respecto con idea de ser consideradas y arrojar alguna luz de cara a solucionar esta perversa relación.

Palabras clave: comunicación, política, economía, Frankfurt, Marcuse, Lipovetsky.

Abstract.

The present work will try to highlight the worrying link and interdependence between media, politics and corporations or economic power. We will approach the problem from a real contemporary perspective establishing the relationship between these main actors of neoliberalism; We will also take into account the perspective of the Frankfurt School at the hand of Marcuse and we will complete with the conciliatory vision of Lipovetsky about these three estates and their play with the individual of today. To conclude, conclusions will be provided in this regard with the idea of being considered and shed some light in order to solve this perverse relationship.

Keywords: communication, politics, economy, Frankfurt, Marcuse, Lipovetsky.

B. Introducción.

El trío formado por política, economía y medios de comunicación se asocia a nuestra concepción de una realidad con lazos tan íntimos que parece imposible establecer un criterio de demarcación de donde empiezan los intereses de uno y donde terminan las obligaciones de otros; su relación es tan intrínseca que es impensable especular en la falta de interferencias e interdependencia de unos sobre otros. Esta interacción no fue siempre un acuerdo de tres y tampoco desde antaño podemos establecer que las relaciones de jerarquía o subordinación hayan estado en invariables colocaciones.

Los dos primeros componentes fueron sin lugar a dudas la política y el poder económico, prevaleciendo durante mucho tiempo el primero sobre el segundo, aunque el poder parece ir de la mano de los bienes, en origen el poder dependía de factores diferentes a lo material, de hecho, se ostentaba poder sin riqueza de manera que se subyugaba la riqueza a los designios del poder político o estamental. Pero este binomio no tardó en fundirse, de modo que, ostentar el poder acercaba al individuo a la riqueza y viceversa. Esta segunda fase de la relación entre poder político y riqueza se ha mantenido hasta prácticamente las sociedades contemporáneas, donde se pasó a una tercera fase, el poder económico se oculta tras el poder político marcando las decisiones de este sin la incómoda exposición pública que conlleva el que se tomen o apliquen medidas impopulares socialmente. Esta inversión de estatus del poder económico sobre el poder político quizás es debido a la imposición del materialismo sobre el idealismo, del pragmatismo sobre la teoría. El tercer miembro de la terna apareció más tarde. Los medios de comunicación masivos no estaban ahí desde el principio y aunque cuando aparecieron en todo su esplendor fue en un instante histórico reciente, su irrupción crea tal grado de desestabilización entre política y economía que ambos poderes se ven inexorablemente obligados, no solo a aceptar a los *mass media*¹ como un igual, además, hacen todo lo necesario por crear esos mismos lazos estructurales que conformaban la relación de los dos primeros entre sí. Los medios de masas se anuncian, venden y originan como una defensa social, un factor crítico de las comunidades modernas que vigilan e informan de los movimientos del poder y los abusos de la economía, y aunque quizás esta era la idea en origen, la realidad es que esta capacidad de actuar como voceros no pasó inadvertida para políticos y poderes económicos que vieron en los *mass*

¹ Medios de comunicación de masas.

Política, economía y medios de comunicación.

media, no ya un enemigo, sino un eficiente aliado que manejado y orientado eficazmente podía suponer un plus a sus actividades. Los políticos no tardan en descubrir que disponer de estos sin su componente crítico puede hacer llegar sus mensajes e ideas a un enorme potencial electorado toda vez que al mismo tiempo puede desinformar, alterar o silenciar informaciones incómodas. Por el lado del poder económico, los medios de comunicación masivos son una fuente interminable de lanzamiento de mensajes consumistas, de instauración de tendencias y de creación de necesidades. Por eso, no es de extrañar, que los poderes políticos hayan hecho lo indecible por controlar de algún modo los derroteros y directrices que componen las editoriales de estos medios con el propósito de ajustarse un aliado cómodo y las fuerzas económicas o corporaciones el acopio de accionariado y últimamente la creación y asimilación de la competencia informativa con el propósito de evitarse exposiciones no deseadas en los medios. Esto no les ha costado mucho esfuerzo si entendemos que prácticamente todos los medios de comunicación de masas son ruinosos o muy poco rentables; como negocio no es una buena inversión, salvo que sea su servicio lo que interesa y no sus réditos monetarios, que como ya digo, suelen ser muy poco lucrativos. Este anunciado final, trágico en lo económico, de los *mass media* provoca la irrupción de los políticos por la puerta de atrás con la excusa de subvenciones y fondos para salvaguardar un bien común que no es otro que la información libre y veraz a los ciudadanos. A la vista de los acontecimientos, los intereses creados entre estos tres componentes los convierten en compañeros de viaje inseparables, de manera que, si hacemos el ejercicio de pensarlos por separado, cumpliendo cada uno de ellos su cometido originario, nos asaltan inmediatamente la cantidad de trabas y problemas que se supondrían los unos a los otros, redundando todo ello en beneficio del individuo de a pie, pero el sistema no está hecho para el individuo normal. El sistema crea a los individuos que lo conforman, de manera que todo es inherente al medio, nada que crea el medio está predeterminado a enfrentarse a este y, por ende, a destruir la matriz que lo concibe, este es un principio básico de la naturaleza. El sistema está proyectado para entidades de mayor tamaño, el individuo se ha convertido en una pequeña pieza que si la suerte le acompaña se dignifica y crece, pero no deja de ser un engranaje, más cercano al corazón de la maquinaria, pero un engranaje.

A D. Miguel Pastor, por haber confiado en mí en todo momento para la realización de este TFG y, además, por su inestimable ayuda y enseñanzas, sin las

Política, economía y medios de comunicación.

cuales hubiera sido muy difícil la realización de este trabajo. Se lo agradezco de corazón.

C. Escuela de Frankfurt

Con el propósito de analizar e investigar los fenómenos sociales, la escuela de Frankfurt supone una visión innovadora en su momento y de hecho muchos de sus pronunciamientos son más que válidos aun hoy en día. La interdisciplinariedad fundamenta esta nueva forma de estudiar los fenómenos sociales ya que estos se sustentan en conocimientos de muy diferentes áreas epistémicas. Esta perspectiva holística es conveniente para entender el nacimiento, desarrollo y fusión de la convivencia entre el poder político, económico y cultural o de comunicación, así como su impacto determinante en cualquier sociedad moderna hoy día. Para estos pensadores los problemas surgen de la interacción de muy diferentes factores que, aunque dependientes de varias disciplinas, confluían en un todo imposible de analizar desde un único punto de vista. *“Una ausencia de libertad cómoda, suave, razonable y democrática, señal del progreso técnico, prevalece en la civilización industrial avanzada².”*

No cabe duda que el periodo de entre guerras, época de su nacimiento, es cuando menos complicado a nivel social, así como problemático. La sociedad de la época vive a caballo entre el caos, la desilusión y los problemas económicos más acuciantes, especialmente la sociedad alemana sufridora de las duras medidas a las que es sometida por perder la primera guerra mundial. Es una sociedad castigada y lo que es aún peor, con un futuro muy incierto por las restricciones, las deudas internacionales y una inflación tal que el valor del dinero era prácticamente nulo. Es en este momento cuando todo plan de contingencia para paliar esta aterradora situación fracasa y arrastra la credibilidad política para solucionar los problemas provocando una desazón social que desemboca en una desafección total hacia cualquier órgano o entidad con capacidad de cambiar las cosas. *“En la medida en que la sociedad establecida es irracional, el análisis en términos de racionalidad histórica introduce en el concepto el elemento negativo: la crítica, la contradicción y la trascendencia³.”*

² Marcuse, H: El hombre unidimensional. Barcelona, Planeta, 1964. p.41.

³ *Ibíd.*, p. 229.

El fracaso y hundimiento de la república de Weimar supuso el caldo de cultivo perfecto para que el nazismo se reprodujera como una virulenta infección. Los pensadores de la escuela de Frankfurt, no solo no fueron ajenos a esta situación, sino que focalizaron todo su esfuerzo en tratar de buscar y determinar las causas de tan lamentables procesos que, tras dilapidar una solución tras otra, dieron rienda suelta al nazismo.

“La sociedad de movilización total, que se configura en las áreas más avanzadas de la civilización industrial, combina en una unión productiva elementos del estado de bienestar y el estado de guerra... Esta unificación de los opuestos, gravita sobre las posibilidades de cambio social en el sentido de que abarca aquellos estratos sobre cuyas espaldas progresa el sistema; esto es, las propias clases cuyas existencias supuso en otro tiempo la oposición al sistema⁴.”

Para la escuela de Frankfurt el problema radicaba en la forma y manera en que estaban diseñadas las nuevas sociedades, las sociedades modernas. Sostenían que estas se cimentaban en contradicciones a diferentes niveles llevando el desajuste y la paradoja de un estrato a otro de la sociedad.

“En virtud de la manera en que ha organizado su base tecnológica, la sociedad industrial contemporánea tiende a ser totalitaria. Porque no es solo < totalitaria > una coordinación política terrorista de la sociedad, sino también una coordinación técnico-económica no terrorista que opera a través de la manipulación de las necesidades por intereses creados, impidiendo por lo tanto el surgimiento de una oposición efectiva contra el todo.⁵”

Como si de un azote purulento se tratara establecieron su paciente cero en la ilustración que, desde su punto de vista, era la herencia problemática con la que había que lidiar. La utilización de la razón como método para el progreso y la toma de decisiones era prioritario y es que había muchas expectativas con respecto al principal papel del conocimiento como vía de prosperidad y la utilización de la razón como medio preferente en las relaciones personales de los individuos. Se sostenía que la

⁴ *Ibíd.*, p. 57-58.

⁵ *Ibíd.*, p. 42.

aplicación sistemática de la razón en la construcción de la sociedad, no solo nos llevaría a superar los problemas, también podrían evitarse las guerras que acuciaban a la vuelta de la esquina. Tal era la fe en el uso de la razón que no solo evitaría los problemas, podría incluso prevenirlos.

“La dimensión metafísica, anteriormente campo genuino del pensamiento racional, se hace irracional y acientífica. Sobre la base de sus propias realizaciones, la razón rechaza la trascendencia. En el último estado de positivismo contemporáneo ya no es el progreso técnico y científico el que motiva la aversión; sin embargo, la contracción del pensamiento no es menos severa porque es auto impuesta: es el propio método de la filosofía. El esfuerzo contemporáneo por reducir el alcance y la verdad de la filosofía es tremendo y los mismos filósofos proclaman la modestia y la ineficacia de la filosofía. Esta deja intacta la realidad establecida: aborrece las trasgresiones.”⁶

Y de este modo todas las doctrinas surgidas de la ilustración, socialismo, liberalismo, positivismo se abonaron al uso de la razón para conseguir un desarrollo continuo, sostenido y en paz de las nuevas sociedades.

Cuando la escuela de Frankfurt pone la lupa en toda esta metodología salvadora consta que, en modo alguno, estas idílicas ideas se han implementado como se habían promulgado, destacando dos problemas:

1º.-La concepción de razón en modo alguno se encaminaba a esa fabulosa utilización entre las relaciones sociales y si encaminada a aumentar exponencialmente la capacidad humana para el sometimiento de la naturaleza para el beneficio personal. Y aunque este hecho ayudo al progreso no estaría demás poner atención en el precio que pagamos. Así la razón queda avocada a una explicación que se sustenta en ciencia y técnica, es decir, saberes y prácticas para controlar la naturaleza y el entorno, de modo que, las interpretaciones de razón más próximas a la ética y la moralidad quedaron arrinconadas. Pudiéndose determinar qué culpa de que la modernidad está basada en el logro personal a partir del desarrollo científico y tecnológico parta de aquellos lodos, y que casi sea

⁶ *Ibíd.*, p. 185-186.

incomprensible hoy día vincular la ética a la efectividad materialista y tecnológica.

2º.-La concepción de las relaciones personales se ve instrumentalizada en la modernidad, el prójimo pasa a ser un medio o instrumento para llegar a la satisfacción personal o la consecución de un fin concreto. Si adquirimos esta visión, los individuos también pueden ser visto como obstáculos que impiden que otros consigan alcanzar su meta, de manera que ya tenemos servido el conflicto social.

Así llega la escuela de Frankfurt al axioma de que la ilustración no hizo más que implementar el concepto de razón instrumental basada en conceptos como dominación, materialidad y ejercicio del poder, tres causas que empujan inexorablemente al conflicto social. Podemos definir el devenir de la historia moderna como el desarrollo y puesta en marcha de la razón instrumental y el papel de la escuela de Frankfurt como un pensamiento crítico a este modelo de razón. El cómo se desarrolló, estableció y perpetuo nos conduce directamente al núcleo de la investigación llevada a cabo por hombres como Marcuse, Adorno, Horkheimer y Habermas.

a. Marcuse.

Marcuse defiende que la actual sociedad, sociedad eminentemente consumista incluso en regiones con depresión económica, está sometida por los poderes dueños de la técnica que es utilizada como medio o instrumento de beneficio masificando el espíritu humano de falsas necesidades. De manera que, si en algún momento tuvo la técnica un poder liberador este ha sido eliminado por el poder que utiliza la técnica inequívocamente para todo lo contrario a su cometido embrionario.

Solo hay esperanza en los estratos marginales de la sociedad por ser los que más padecen y sienten el peso de este orden insostenible, al estar la clase trabajadora tan inmersa en el modelo de sistema que no es consciente de esta situación. Los trabajadores viven en una dinámica de consumo y manipulación sin precedente, donde el descanso para la reflexión y el poder tomar nuevas determinaciones no existe por no existir tiempo desocupado. Resulta interesante este planteamiento; para Marcuse los trabajadores que aguanten el ritmo del sistema, es decir, puedan conseguir aquello mínimamente necesario impuesto de manera subliminal como necesario para una vida

Política, economía y medios de comunicación.

digna, permanecerán en su puesto siguiendo las directrices impuestas. Solo la caída en desgracia, pasando al estrato social de paria, donde es imposible acomodarse al régimen lo convertirá en una entidad crítica. Si el número de entidades o sujetos críticos aumenta el sistema peligra, de ahí que Marcuse piense que el cambio solo pueda llegar de la mano de este estrato social. Por tales motivos Marcuse sostiene la necesidad de romper con el sistema tecnológico represivo y a la vez utilizar la técnica como el instrumento liberador de necesidades sociales, idea con la que fue concebida antaño.

Pero el capitalismo, maquina adaptable a todo, percibió también esta problemática y advirtió la necesidad de dotar de necesidades afectivas, personales y emocionales a los trabajadores, además de crear mecanismo de repesca de parias, una suerte de segunda oportunidad o flotadores salvavidas de la mano de entidades de beneficencia. Una simulación de interés en su entorno más social y personal dejando de verlos como piezas y engranajes de un proceso productivo inhumanizado, una mano amiga en los peores momentos...

El capitalismo y por ende las corporaciones, se dotaban de alma y rostro humano. Pero en modo alguno esto albergaba buenas intenciones o espíritu altruista. La idea era proteger el sistema de conflictos sociales que pudiesen terminar con este. El socialismo nunca supo ver esta parte personal del individuo, de ahí su avocación al fracaso desde el principio.

De largas jornadas, salarios exigüos y falta de derechos se pasó a disponer de tiempo libre, mejora económica, derechos. Todo un giro que no solo hacia valorar el trabajo por lo que ello suponía, también aumentaba la capacidad consumista de la franja más amplia de la sociedad y estabilizaba el sistema. De trabajar y descansar lo mínimo para recuperarse, se pasó a tener calidad de vida. Pero esto no fue de un día para otro, primero surgió la conciencia de injusticia en los individuos, a esto le siguió un proceso de organización y protestas, con la consiguiente movilización para conseguir las. De ahí, que surgieran los primeros agentes políticos como representantes de estos movimientos. Y aunque todo hacia augurar el colapso del capitalismo, como avanzábamos antes, esto jamás ocurrió gracias a la capacidad innata del capitalismo para acometer los obstáculos sin enfrentarse a ellos, sino más bien como asimilándolos y tras dotarlos de necesidades hacerlos parte de su medio. Desmovilizar a los agentes políticos llevándolos a instituciones de todo tipo, regular las exigencias proletarias y dar respuestas parciales a demandas o implementa medidas provisionales son parte de la estrategia triunfadora del

capitalismo. Y por encima de todo primar la seguridad en el trabajo, evitar accidentes y muertes era vital para contentar a la masa, en definitiva, mejorar objetivamente la calidad de vida de las personas, con el dolo de, poco a poco, ir retirando dichas prebendas. La historia demostró que no hizo falta, de hecho, dotar al individuo de capacidad lúdica y económica lo hacía, si cabe, más esclavo del sistema y esto de un modo inesperado hacia más fuerte el sistema y poderosos a sus dirigentes; el único problema es que una masa social con actividad fuera de lo laboral se cultiva, lee, va al cine y se informa, por eso era vital que los medios de comunicación de masas se posicionaran como la herramienta perfecta para una vez más controlar la libertad del individuo.

Y resulta paradójico constatar que, si bien la escuela de Frankfurt advirtió el intento por retroceder en los derechos alcanzados, nunca creyeron necesario volver a movilizarse como al principio. Parte de la solución ha sido clarificada sobre estas líneas: el ocio, la cultura, el arte y la calidad de vida como nueva arma de dominación. *“En contraste con el concepto marxiano, que denota la relación del hombre consigo mismo y su trabajo en la sociedad capitalista, la alienación artística es la trascendencia consciente de la existencia alienada: un < nivel más alto > o una alienación mediatizada.”*⁷

La escuela de Frankfurt no fue ajena a esta nueva y más perversa forma de dominación del individuo, que no solo demostraba un mayor poder que lo visto hasta entonces, también contaba con el plus de prácticamente la erradicación de la protesta social del tipo que podría hacer peligrar el sistema. Si a los integrantes de una sociedad se les controla y maneja la esfera emocional, tenemos una sociedad dócil y sumisa.

*“Así, el hecho de que la forma prevaleciente de libertad sea la servidumbre, y la forma prevaleciente de igualdad sea una desigualdad sobreimpuesta, se excluye de la expresión mediante la cerrada definición de estos conceptos en términos de poderes que configuran el respectivo universo del discurso. El resultado es el conocido lenguaje orwelliano (<paz es guerra> y <guerra es paz>, etc.), que de ningún modo corresponde tan solo al totalitarismo terrorista.”*⁸

⁷ Ibíd., p. 92.

⁸ Ibíd., p. 117.

Pero ¿Cómo se consigue esto? Por medio de mensajes evidentes o no, que el individuo recibe en su intimidad y ámbito más personal a través de medios de comunicación masivos que se consideran por este independientes y sin interés alguno. Aunque en un principio estos medios no eran más que manifestaciones culturales o informativas, fue precisamente esta aceptación por parte de la sociedad lo que contribuyó a que incidieran con especial relevancia en la parte más inconsciente y emocional de los individuos, ya que estos no proponían defensa alguna contra los mensajes que se recibían. De este modo, el poder obtuvo una manera sibilina, no solo de influir en los ciudadanos, también descubrieron la manera de inculcar en la sociedad patrones de conducta correctos para el sistema, así como principios y valores sociales.

“En este proceso, la dimensión < interior > de la mente, en la cual puede echar raíces la oposición al statu quo, se ve reducida paulatinamente. La pérdida de esta dimensión, en la que reside la capacidad del pensamiento negativo – el poder crítico de la razón -, es la contrapartida ideológica del propio proceso material mediante el cual la sociedad industrial avanzada acalla y reconcilia a la oposición.”⁹

De este modo los poderes crean los estereotipos más acordes con el sistema, además de las normas y los requisitos para obtener el éxito socialmente hablando acorde a las normas. Y aunque el transmitir no era algo nuevo para los libros y el arte, si lo era hacerlo bajo la dirección de poderes económicos y políticos. El capitalismo crea la cultura industrial. Todo se hacía de forma masiva con la única intención de crear una actitud y un comportamiento por los miembros de la comunidad acorde al ideal de sistema capitalista. Por eso se dice que la producción en masa crea uniformidad social donde todos los individuos de algún modo luchan por alcanzar lo mismo, tener las mismas cosas, un fin por acaparar directamente proporcional a la capacidad económica, dividido en estratos sociales y dando lugar a la cultura de masas.

Para la escuela de Frankfurt la visión social era desalentadora, el capitalismo había vencido disciplinando todas las dimensiones del ser humano, controlando no solo sus sentimientos también su parte más inconsciente, de modo que, la posibilidad de la aparición de una crisis y posterior revolución resultaba una quimera. Los pensadores quedaban relegados al campo de la denuncia pública y con poco eco, de ahí la

⁹ *Ibíd.*, p. 49.

Política, economía y medios de comunicación,

imposibilidad de movilizar masas, cosa que si conseguía el capitalismo como propietario de los *mass media*. Manejo diabólico este, donde ni solo digo lo que me interesa, además niego el atril a mis detractores o críticos silenciando sus denuncias.

Pero no todo era pesimismo, Marcuse sostenía que esto no era más que un momento dentro de una evolución que llevaría de manera inequívoca a la aparición de un nuevo elemento promotor del cambio social. Así, Marcuse plantea en 1960 la emergencia de un nuevo modelo de movilización social, desconocido hasta entonces, innovador y que sería el instigador de los cambios sociales necesarios.

Marcuse, como Hegel, defendía la idea de que las sociedades capitalistas modernas se autoabastecían de condiciones con el propósito de transformarse y seguir adelante, aunque nunca se analizaron la naturaleza de estas circunstancias. Y sin embargo muchos pensaron que estas condiciones estaban más vinculadas a la tradición y que venían definidas por corrientes críticas como el marxismo, Marcuse defendía la singular, diferente y nueva naturaleza de dichas condiciones, un contexto y circunstancias inéditos hasta el momento. De ahí, que parte del pesimismo que reflejaban otros autores como Adorno se debiera a que auguraban señales que de algún modo hacían presagiar que estos cambios no se correspondían con el momento analizado históricamente.

Cuando Marcuse se pregunta cuáles son estas condiciones que permiten el cambio social y como se dan, llega a una idea que resultara ser crucial en la Teoría de los Sistemas pero que no pertenece a la doctrina marxista y este no es otro que el concepto de *emergencia*, aunque Marcuse ni lo usa de forma explícita, ni lo desarrolla de forma sistemática, ya que este concepto choca frontalmente con su ideología marxista; de este modo parece que la idea de emergencia no es más que una idea marginal que le permite no caer en el pesimismo de sus colegas.

b. Emergencia y los agentes políticos

Marcuse tenía muy claros los logros a nivel social y de bienestar que las sociedades capitalistas modernas habían conseguido, sin olvidar por supuesto la organización colectiva. Jamás anteriormente una sociedad había manifestado una capacidad tal para dar acceso a la información a sus conciudadanos y ni mucho menos una capacitación para la comunicación entre individuos de un modo tan dinámico y fluido, concluyendo que las nuevas sociedades poseían una capacidad de transformación y organización

colectiva nunca vista antes. De esta idea surgiría su conferencia¹⁰ “El final de la utopía”; la tesis de dicha conferencia giraba en torno a que no hacía falta imaginar un entorno donde se pudiera dar ese cambio social total o profundo que tanto se anhelaba, ese marco ya existía y lo habían creado las modernas sociedades capitalistas, hablamos de finales de la década de 1960. Las sociedades capitalistas avanzadas se habían armado con unas herramientas potentes, versátiles y efectivas que además habían puesto en manos y a libre disposición de sus conciudadanos, de la idea de utopía habíamos pasado a una realidad objetiva para Marcuse.

Con todo, Marcuse no conseguía explicar por qué no se daba el cambio social si las condiciones y las herramientas para este cambio eran las idóneas. Su respuesta fue tajante, no existía un agente social capaz de llevar a cabo o dirigir el cambio. Para Marcuse el proletariado ya no era el agente revolucionario de antaño, pero en modo alguno esto cerraba la puerta al cambio, simplemente debía aparecer un nuevo agente que sustituyera al proletariado, era necesario un nuevo agente político para el cambio.

Quien, como y que estrategia usaría el nuevo agente eran preguntas que Marcuse trataría de responder. Y aunque no consigue a ciencia cierta dar una definición clara de este sí que facilita características que han de definirlo.

1. Innovador, surgido de las modernas sociedades capitalistas.
2. Como agente político no derivaría de lo económico ni productivo.
3. Su planteamiento social debía ser diferente al marxista ortodoxo.
4. Actuaría basándose en organización, información y comunicación.

La idea de Marcuse y su nuevo desdibujado agente político no convenció creando mucha polémica y crítica al respecto. Aunque lo más curioso es que mientras Marcuse moldeaba su idea se llevaron a cabo las protestas del 67 y 68¹¹.

Estos sucesos escapaban a la capacidad explicativa del marxismo, de modo que, solo cabían en el nuevo modelo explicativo de Marcuse. Su aparición espontánea, sin vinculación tradicional, sin jerarquía, provenientes de diversidad social, ya no eran trabajadores, eran intelectuales, estudiantes, artistas...señalados por su manera de

¹⁰ Conferencia pronunciada, en el año 1967, ante un numeroso grupo de estudiantes de la Universidad Libre de Berlín; cuyo título fue «El Final de la Utopía». La transcripción de la conferencia y el debate que se desarrolló posteriormente fueron editados en un libro con la misma denominación.

¹¹ Primavera de Praga.

Política, economía y medios de comunicación,

comunicar, la expresividad de sus propuestas y su estética innovadora las características que los definían.

Es innegable que estos movimientos, de cuya naturaleza y funcionamiento todavía queda mucho por aprender, se han convertido en uno de los principales agentes en los procesos que llevan a cabo en los sistemas sociales y políticos. Sean o no el agente político vaticinado por Marcuse es evidente que forman parte de la nueva maquinaria de progreso y evolución que Marcuse visualizo en parte gracias a su proximidad teórica al concepto de emergencia. *“El hecho de que hayan empezado a negarse a jugar el juego puede ser el hecho que señale el principio del fin de un periodo.”*¹²

D. ¿Qué medios de comunicación¹³ son relevantes?

Los medios de comunicación relevantes han pasado a ser conocidos como masivos debido a su capacidad para llegar a gran número de individuos. Y ¿Cuáles son estos medios? La respuesta a esta pregunta es obvia, televisión, radio, prensa e internet. Y aunque tengamos predilección por alguno de ellos sobre los demás, la realidad es que consumimos todos ellos porque la disponibilidad, forma o situación de acceder a la información es cambiante y dinámica; de igual manera estos medios masivos pueden informar, entretener, educar, opinar o enseñar de forma que la elección también queda condicionada. Seguidamente algunas características de cada medio, como forma de acceso y requisitos para un correcto acceso a estos.

A. PRENSA

- a. Asimilamos la información con el tiempo que necesitamos.
- b. Leemos opiniones concretas, lo que dice alguien de algo.
- c. La publicidad o el entretenimiento nos afecta en la medida que deseamos.

B. RADIO

- a. Consumimos la información al ritmo marcado, no hay reflexión.
- b. Adoptamos este medio cuando a la vez realizamos otra actividad.
- c. Factores como el tono o la voz pasan a tener preeminencia sobre el mensaje.

C. TELEVISIÓN

- a. Prestamos toda nuestra atención.
- b. Las imágenes imperan sobre la palabra y ambas sobre el mensaje.

¹² *Ibíd.*, p. 255.

¹³ <http://www.tercerainformacion.es/antigua/spip.php?article59634> 5/02/2019

Política, economía y medios de comunicación.

- c. Información, entretenimiento y publicidad nos es facilitado por sesiones.

D. INTERNET

- a. Gran parte de la información no está contrastada en modo alguno.
- b. No se diferencia la opinión de la noticia.
- c. No hay discriminación hacia el receptor, todo está ahí para quien acceda.

E. ¿Cuál es la información relevante en España?

A priori, toda información es relevante, la importancia de los medios de comunicación se sustenta en su capacidad de posibilitar, por medio del conocimiento de nuestra realidad, la interacción social, y aunque este término resulta importante y sustancial, con el devenir del tiempo, los medios de comunicación se han convertido en una perfecta maquinaria para crear opinión pública. La aplicación de esta capacitación de los medios de comunicación, como adoctrinadora, creadora de tendencia y forma de pensar, la constatamos en sus diferentes tipos de formato, de manera que, dependiendo que se pretenda conseguir la denominaremos de una u otra forma. Porque, además del mensaje de la información propiamente, el denominarla de una manera u otra, dota a una misma noticia de más o menos notoriedad y valor.

Existen nueve tipos de información¹⁴ pero, ¿cuál es la realmente relevante? evidentemente la necesidad que se cubra con esta la hace relevante. Pero, a decir verdad, la información relevante es aquella que aporta beneficios o ventajas que redunden en beneficios, apenas podemos concebir otra causa que realmente señale una información de relevante si no termina aportando estas dádivas.

Por otro lado, la creación de opinión o de tendencias a nivel social se lleva a cabo a partir de un efecto cascada

¹⁴ Privilegiada: información que aún no es pública, p
Privada: información de carácter privado, personal. l
Externa: información creada en otro ámbito. será ap
Pública : información que se da al público, consumi
Interna: información que circula en un entorno cerr
Semántica: información que emplea medios para dif
Selectiva: información transmitida por medios no semánticos.
Indirecta: información revisada o retocada antes de su difusión.
Directa : información a la que se accede de forma inmediata.



Política, economía y medios de comunicación,

que parte de las élites económicas o corporaciones, dictando aquello que ha de llegar por los cauces informativos a la población en general. Este adoctrinamiento es necesario, en tanto, tras ser manipulada la masa, determina con su voto la continuidad y legitimidad de los intereses de las élites políticas.

Pero la realidad es que este sistema hace bastante tiempo es inatacable desde la perspectiva de incomodar a la cúspide económica. Si bien se puede admitir que, en un principio, la economía podía estar supeditada a la política, a día de hoy es del todo una realidad incuestionable que la dependencia es inversa, la política se sustenta en el crecimiento económico. Y aunque antes las afinidades podían crear binomios político-económicos que compartían ideales, en la actualidad las corporaciones económicas no optan para no errar, de modo que, sustentan a todos los contendientes políticos con la finalidad de que quien quiera que alcance el éxito político no suponga ningún tipo de traba para las élites económicas y sus intereses, o dicho de otro modo, las corporaciones apoyan las campañas políticas de todos los contendientes, asegurándose el favor de estos gane quien gane. Esta desafección del poder económico por los fines políticos sitúa a los primeros en una posición desalmada frente a los intereses de las masas, hasta el punto de que estas no son más que el caldo de cultivo y aplicación de políticas carentes de contenido social donde priman las consideraciones de las grandes corporaciones frente al bienestar de la sociedad.

F. ¿Quién financia la información en España?

Para contestar a esta pregunta hemos de entender que la financiación llega a estos medios por muy diferentes caminos, ingresos publicitarios, suscripciones, merchandising corporativo y accionariado societario. Aunque, lo interesante en nuestro caso, es diferenciar entre las financiaciones que sirven como medida de presión y las que no sirven.

Las entradas de capital que no presionan; son aquellos cuyo fin está más justificado a la publicidad del producto, de manera que la cantidad aportada por el anunciante no le otorga a este fuerza alguna en la toma de decisiones del medio. En definitiva, estas contribuciones no afectan a la información que transmite el medio.

Las entradas de capital que presionan; la información se puede ver condicionada, sesgada, tergiversada, deformada o simplemente obviada por diversos

factores. Una manera fácil de entender este proceder es, por ejemplo, introducir en el contrato de publicidad cláusulas por las que cualquier información sobre un patrocinador antes debe ser consultada y aprobada por este para su difusión. Ni que decir tiene que estas cláusulas restrictivas a la libre información, las imponen patrocinadores con suculentos contratos de publicidad. Otra forma de intervenir sobre la manera o idoneidad de cómo transmitirse las noticias es la dependencia del medio de los agentes de financiación, bancos. Las entidades financieras no solo protegen su nombre y reputación a través de la publicación, también amplía esta cobertura o silencio informativo a terceros con los que comparte intereses.

La tabla¹⁵ de ingresos publicitarios, nos muestra de que manera el impacto de la inversión publicitaria es directamente proporcional a la cuota social que puede abarcar el medio, así, podemos establecer que quien más se anuncia en grupos fuertes, posee la llave para condicionar o crear más opinión social.

GRUPO COMUNICACIÓN	DEUDA CON BANCOS
ATRESMEDIA	1298 MILLONES €
MEDIASET ESPAÑA	1095 MILLONES €
PRISA	1481 MILLONES €
VOCENTO	175 MILLONES €
GRUPO ZETA	100 MILLONES €
GRUPO GODO	30 MILLONES €

Ya hemos visto cuánto dinero entra en los grupos de comunicación a partir de la publicidad. Ahora veremos cuanto de endeudados están estos con los bancos en la tabla de la derecha. El endeudamiento es colosal ya que además hemos de hacer notar que este no para de crecer. Las deudas son inamortizables y temporalmente se renegocian, creando una viabilidad económica y evitando que el medio caiga en la bancarrota.

¹⁵ FUENTE: ¡2P, arce media elaboración media hotline grupo. Planeta incluye atresmedia, la razón y prisma publicaciones. 28/01/2019

GRUPOS DE COMUNICACIÓN	INVERSIÓN PUBLICITARIA
GRUPO PLANETA	22.7 %
MEDIASET	20.9 %
PRISA	7.2 %
VOCENTO	4.5 %
UNIDAD EDITORIAL	4.4 %

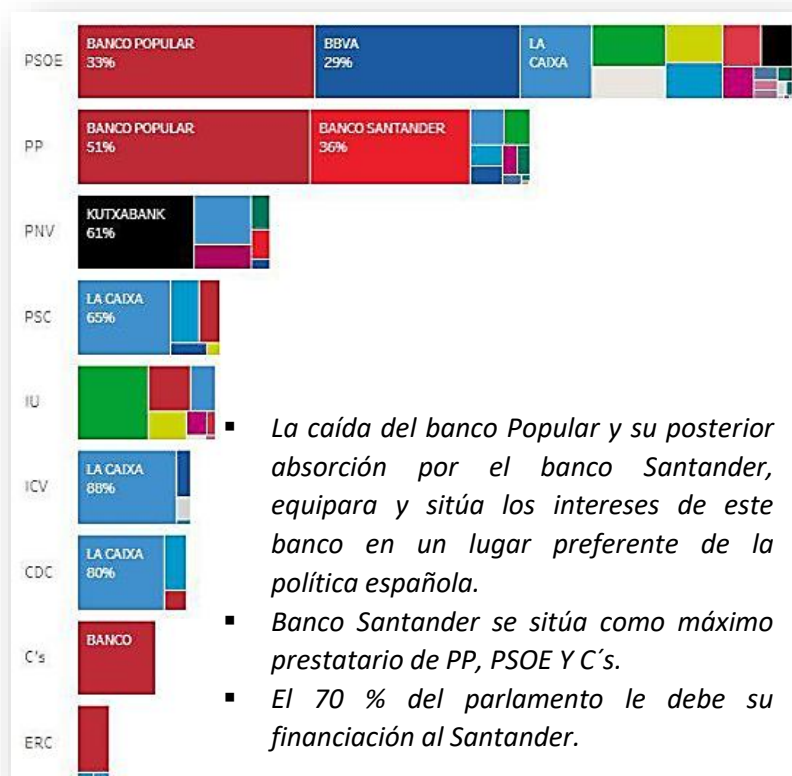
Política, economía y medios de comunicación.

Constatado la deuda considerable de los medios de comunicación con el sector bancario, no cabe preguntarse si las entidades financieras intervienen en la información que se emite, es obvio que sí. La inversión en medios de comunicación se muestra así inaceptable económicamente, resultando una inversión ruinosa. Entonces cabe preguntarse ¿Por qué los bancos continúan renegociando sus deudas y dándoles liquidez? La respuesta atiende a la utilidad que estos

medios de masas suponen para sus intereses y los de aquellos afines a dichas corporaciones. Los medios de comunicación parecen ser una magnífica herramienta para los manejos de los sectores económicos especialmente más por lo que obvian que por lo que dicen. Así que la utilidad y eficiencia negativa supera con creces el apartado beneficios que se podría esperar de los medios de comunicación.

Ahora lo interesante es ver cuánto y a que entidades financieras les deben deuda las formaciones políticas. Es sumamente interesante advertir como la deuda política bancaria se basa mucho en la territorialidad, de manera que la politización de las cajas, las llevó a su ruina, por gestiones no profesionales amparadas en decisiones políticas, doctrinales y enormemente inmorales.

En la siguiente tabla¹⁶ vamos a constatar cómo se divide exactamente la deuda política a nivel bancario. Aquí advertiremos las ideologías, si las hay, de la banca y el



¹⁶ De
cuent



componente territorial que engloba la deuda. No hace falta ser muy listo para advertir que la posibilidad de que gubernamentalmente se tome alguna decisión que afecte o incomode al Santander es una realidad plausible pero imposible de materializarse. La dependencia endémica que muestran los aparatos políticos de hoy de los grupos financieros para el mantenimiento de sedes, personal, publicidad, operativa, campañas, etc... Los ha convertido en obedientes y sumisos siervos de sus señores. El enfrentamiento directo de un partido contra una entidad abiertamente le llevaría a su extinción, el caso UPyD podría ser una buena muestra de esta forma de responder las entidades financieras a pulsos públicos por parte de entidades políticas. Si bien UPyD no ha desaparecido, ha pasado a convertirse en una formación marginal sin financiación ni minutos en medios de comunicación.

G. ¿Quién controla los medios de difusión en España?

Con esta pregunta cerramos el ciclo de la formación de opinión o adoctrinamiento. Tanto políticos como medios de comunicación, deben cantidades ingentes de dinero al sector financiero. De manera que, los bancos, pueden y de hecho lo hacen, exigir políticas de conveniencia para sus propios intereses o de terceros con intereses comunes o participados. Por otro lado, esas políticas serán justificadas, explicadas o ignoradas, por orden de las entidades financieras a los medios de comunicación, gracias al problema de dependencia económica que se traen con estos.

La conclusión evidente es que tanto las decisiones políticas, como informativas, son dirigidas, manipuladas y consensuadas por el poder económico que, cual titiritero, mueve los hilos a su conveniencia y utiliza estos dos estamentos, el político y el de medios de comunicación, para blindarse ante la masa, ya que en última instancia el responsable de una actividad, sea política o informativa, es quien la realiza. De este modo, los estamentos económicos quedan al margen y sin justificar las necesidades o motivaciones que le condicionaron a solicitar o imponer a medios y políticos a tomar esas decisiones impopulares. Y es que la gente normal no puede participar en las decisiones que rigen un país, sería muy complicado y por eso el capital, las corporaciones, los grupos de presión, necesitan que se den las dos circunstancias; la primera, que, con la ilusión de votar, la masa crea que decide su futuro, y la segunda, que se produzca una fabricación de consenso, y es que ese voto inútil en principio debe colocar en su sitio a quien mejor vaya a servir los intereses de las corporaciones.

Política, economía y medios de comunicación.

De modo que la realidad ha de ser tolerable para la masa social, pero, además, los más capacitados de esa ingente población han de entender y considerar que eso es lo mejor para ellos de manera autónoma, digamos que el gran éxito de los medios de comunicación como fabricantes de consenso, es que solo prenden la mecha, y a la conclusión llegamos solos. Nos implantan la idea, que será detonante de una reacción a favor de sus intereses y en contra de los nuestros. Y es que no debemos olvidar que los que crean opinión o consenso, son los que tienen el dinero y los medios, y a la vez son los organismos para los que trabajamos todos. *“La población general no sabe lo que está ocurriendo, y ni siquiera sabe que no lo sabe.”*¹⁷ Por último, olvidamos lo más axiomático, la información no debe tener tintes políticos. Esto que parece ser un aserto incontrovertido resulta una obviedad tan brutal en los medios de comunicación en nuestro país que raya lo absurdo; si la vinculación manifiesta de una ideología política a un medio de comunicación lo inutiliza a nivel de objetividad y credibilidad, España es un claro ejemplo de esta sin razón donde la vociferada independencia del cuarto poder

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	IDEOLOGÍA
GRUPO COPE	ULTRA DERECHA / PRO PP/ PRO CS
GRUPO GODO	DERECHA / PRO CDC
GRUPO HERALDO	DERECHA / PRO PP
GRUPO INTERECONOMÍA	ULTRA DERECHA / PRO PP
GRUPO JOLY	DERECHA / PRO PP
GRUPO MOLL-IBERICA	DERECHA
GRUPO PRISA	IZQUIERDA / PRO CS
GRUPO PROMECAL	DERECHA / PRO PP
GRUPO ZETA	IZQUIERDA / PRO PSOE
IMEDIACIL	DERECHA / PRO PP
MEDIASET	DERECHA / PRO CS
SOCIEDAD PECSA	DERECHA / PRO PP /PRO CS
UNIDAD EDITORIAL	DERECHA / PRO PP /PRO CS
UNIPREX-PLANETA	DERECHA / PRO CS
VOCENTO	DERECHA / PRO PP
VOZ DE GALICIA	DERECHA / PRO PP

¹⁷ Chomsky, N: La Propaganda y la opinión pública. Barcelona, Crítica, 2002.

no existe:

H. Ejemplos de manipulación política en los medios

El mejor ejemplo de cómo los partidos políticos controlan los medios de comunicación en España, lo tenemos en TVE, la televisión pública nacional. Ente de titularidad estatal independiente, o por lo menos esa es la idea. Todo gobierno que llega al poder inmediatamente coloca un fiel partidario del ideario del partido, si bien es cierto, que algunos son más devotos que otros, las tendencias terminan favoreciendo al partido en el poder y fastidiando o ninguneando bastante a la oposición.

Una buena manera de ver los giros y cambios de editorial lo mostramos desde 2011, año en el que se puede decir que la TVE no estaba excesivamente politizada.

A. 2011: **neutral**

B. 2012: PP mayoría absoluta. **Derecha PP**

- a. Cambia la ley para elegir a dedo al director de TVE.
- b. La tesis doctoral del director de TVE, versa sobre “*como manipular los medios para que gane el PP*”, tela...
- c. Tertulias diarias con Edurne Uriarte (ultra derecha).
- d. Responsable de elección a dedo de directores regionales.

C. 2013: **Derecha PP**

- a. Las audiencias caen y lo achacan al aumento de la calidad en la programación. Una televisión mejor conlleva menos audiencia.
- b. Se niega la corrupción del PP por activa y por pasiva, toda vez que se arremete contra ciudadanos y PSOE.
- c. Los contenidos de los programas son vacíos y sin interés.
- d. Los telediarios son una perversa línea de información pro PP.

D. 2014: **Derecha PP**

- a. Pasa a ser director de TVE, el anterior director de Tele Madrid, que hace bueno a su predecesor.
- b. La manipulación informativa alcanza cotas solo vistas en regímenes dictatoriales.

- c. Como dato; sobre una consulta catalana a 50 tertulianos, todos estaban en contra del independentismo, ni uno a favor o neutral.

E. 2015: **Derecha PP**

- a. Los informativos de TVE tocan fondo en audiencia
- b. Los debates de Cataluña se hacen entre personas con mismo ideario contrario a la consulta.
- c. A finales de 2015 se admite la postura PRO ciudadanos para ciertos asuntos.

Esta manera de actuar no es una casualidad que encontramos en la televisión pública nacional, de hecho, este método de asimilación y control de competencias para poner un medio público al servicio de los intereses del partido en el poder, se lleva a cabo con toda entidad, empresa o grupo que pueda servir como herramienta en el adoctrinamiento de la masa social.

Pero no solo hace perversas manipulaciones el PP, en la RTVA, la televisión andaluza, el PSOE lleva incubando ideas desde la creación de esta, allá por el año 1987. Tras leer su estatuto jurídico, nada anormal, con las consiguientes barbaridades esperadas en este tipo de normativas; como se elige al director y por cuanto tiempo, etc... Lo demás es simplemente saber andar al límite de la legalidad, la ambigüedad y la más absoluta falta de información relevante.

Para el PSOE y su larga tradición de recoger los votos de los más necesitados, los más oprimidos y los más tontos. Le viene bien una programación, que sinceramente, me da vergüenza ajena; donde el 70 % de la parrilla son programas de niños que se portan como viejos, programas de viejos que se portan como niños y programas de folclore.

Otro ejemplo, y a pesar del artículo 7 del estatuto de medios audiovisuales de Cataluña sobre veracidad informativa, la información es tamizada y sesgada en TV3, de igual manera el artículo 81 sobre Protección de la infancia y la juventud, también resulta una pantomima después de comprobar como interfiere la programación de TV3 para crear nacionalistas, no importando la edad de los que reciben los mensajes. Como con la normativa de la televisión andaluza, la de la catalana es una norma al servicio de los poderes políticos que controlan la autonomía por tener control en el parlamento autonómico, ya que los miembros que forman el consejo de dirección de la televisión

Política, economía y medios de comunicación.

autónoma son elegidos por los políticos que controlan el parlamento. Esta afinidad entre consejo de dirección y políticos no deja duda de como las televisiones autonómicas están al servicio de los intereses del entramado político.

Como caso flagrante de adoctrinamiento televisivo justo en este momento conviene visualizar el modo de actuar de la televisión catalana, donde los casos de manipulación por parte del medio son de una visibilidad pasmosa y donde ni siquiera se intenta disimular o disfrazar lo evidente. Presentamos algunos ejemplos:

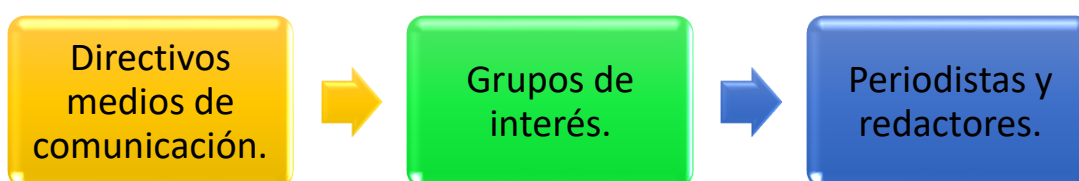
1º el señalado 1-O la programación infantil del TV3 lanzo un especial informativo para niños, donde cuentan, como si de una película de espías se tratara, las peripecias de Puigdemont cambiando de coche para poder votar, despistando a policías y guardias civiles, esos mismos hombres malos que le pegaban a la gente sin motivo. El video termina con la victoria del pueblo catalán sobre el estado español opresor.

2º otro aspecto sutil de manipulación de masas, se da en las series que emite TV3, donde se habla catalán por todos los personajes, excepto las prostitutas y los yonkis, que hablan español. Lo normal sería el uso alternativo de ambas lenguas de un modo más natural, pero de manera descarada tratan de instalar la idea de que lo normal en Cataluña es hablar en catalán y que el castellano es cosa de marginales e inadaptados.

3º como último caso de flagrante manipulación de masas por TV3 hablaremos de cómo durante la huelga general en Cataluña, lo profesional y coherente hubiera sido, un fundido en negro y carta de ajuste interminable, pero la realidad es que tras colocar un pequeño aviso en la parte superior informando que la falta de personal provocaría cambios en la programación. Por el contrario, se emitió una parrilla de programación dedicada al independentismo con noticias, informaciones en directo, además de tertulias y debates, donde todos los participantes comparten la misma opinión independentista.

I. Medidas de transparencia.

Partimos de la *premisa*: la opacidad en la relación existente entre los directivos de los medios de comunicación y estos grupos de interés es un factor asociado a la



Política, economía y medios de comunicación.

manipulación del proceso informativo que llevan a cabo los periodistas y redactores.

Ante esta premisa, la cuestión fundamental que nos planteamos es en qué medida la transparencia se puede convertir en herramienta disuasoria de dicha manipulación y en aliada del ejercicio de la libertad de expresión.

Parece que la única solución al problema de la transparencia y la manipulación informativa es eliminar de la ecuación el necesario factor económico y la inseparable carga doctrinal que le acompaña siempre. La información gratuita de las redes sociales basadas en proyectos económicos sobre donativos y coste ínfimo por inexistencia de soporte físico, han conseguido arrebatarse el monopolio de la información a los agentes tradicionales, consiguiendo un cambio de paradigma transversal y no vertical.

Esta nueva forma de hacer periodismo parece la solución a que el ciudadano disponga de información veraz y rápida, sin ningún tipo de erosión de la verdad o manipulación de la realidad a nivel informativo; pero tenemos que tener en cuenta que los grupos de presión y la desinformación utilizan de manera malévola esta misma forma de comunicar.

Parece que solo queda una solución a este problema. Al existir la convicción de que la información que nos llega está manipulada, o es errónea o simplemente no existe. El consumidor dispone de dos opciones:

1ª Consumir la información, siempre manipulada, que le satisface.

2ª Analizar constantemente la información de los distintos medios, con la intención de adivinar que parte de la información es veraz.

Indudablemente cualquiera de las dos opciones anteriores deja claro que la información, a día de hoy, siempre está contaminada de ideología o intereses ya sean económicos, políticos o culturales. No existe la objetividad informativa y si existe no tiene repercusión pública.

J. Lipovetsky o la visión conformista.

La economía desde hace mucho trata de mostrar algo más que poder y músculo, ha entendido que es bueno tener valores más allá de los resultados y se esfuerza por buscar lo ético y alejarse de la corrupción y la inmoralidad. Para tal menester, pone la

Política, economía y medios de comunicación.

maquinaria a trabajar y desarrolla no solo un marketing ético sino también productos éticos. Al poder económico, a las corporaciones, les preocupa no tener alma, no hay peor propaganda que la de ser un desalmado. *“Al mismo tiempo, la temática de la corrupción y de la protección del medio ambiente, del acoso moral y del respeto a la diferencia ha adquirido un innegable relieve¹⁸”*

Y así fueron vistas estas corporaciones con los desastres naturales de vertidos de crudo, las reglas del nuevo neoliberalismo que son inexistentes o los pufos bursátiles que arruinan a muchos, pagamos todos y no hay culpables. La solución fue la contratación de deontólogos, la implementación de planes éticos en las acciones comerciales y por encima de todo volver a dar valor al hombre, elevado sobre recursos y tecnología.

“Sondeos recientes revelan que los accionistas individuales se hallan cada vez más sensibilizados a la ética; de hecho, el 70% de esos inversores estarían dispuestos a vender sus acciones si la empresa en la que han invertido provocase un suceso grave, que se juzgara como no responsable socialmente¹⁹”

De cualquier modo, debemos de observar que la instauración de ética en las corporaciones no es un retroceso a épocas o procesos morales arcaicos. La ética no es más que un instrumento en manos de la economía que suaviza y camufla su salvaje poder a la vez que le es útil, enarbolando la bandera de la seguridad laboral por encima de todo, y es que ya no están en la última planta de rascacielos completamente anónimos, los medios de masas los controlan hasta donde pueden y esto les obliga a manejar las situaciones de otra manera. Ante un escenario económico incierto la ética aplicada a los negocios te hace ser cauto y no arriesgar, de este modo, se consigue que la identidad personal que va de la mano del consumo perdure.

Más vale la ética interesada que la crudeza del factor económico sin más, algo es algo pensaría Lipovetsky. *“Creo que debemos animar esta instrumentalización de la ética, en especial en lo que concierne a las políticas de solidaridad, y ello porque refuerzan y difunden la legitimidad social de la idea misma de solidaridad.²⁰”*

¹⁸ Lipovetsky, G: Metamorfosis de la cultura liberal. Barcelona, Editorial Anagrama, 2003. p. 61.

¹⁹ *Ibíd.*, p. 62.

²⁰ *Ibíd.*, p. 84.

No especula por las razones, solo contempla que sin necesidad los poderes económicos se revisten de buenas conductas y, sea como fuere, eso nos afecta positivamente. Esta ética facultativa de la empresa no merece, a los ojos de nuestro autor, recriminación alguna, ya que no existe la más mínima obligación de adoptarla por parte de los poderes económicos.

Lipovetsky si carga las tintas si cuando se decide ser adalid de la ética en los negocios, por otro lado, se viola toda conducta moral o de buenas prácticas. La ética desinteresada no existe en los negocios.

“La ética aplicada a los negocios es quizá una ética modesta, pero una ética modesta no equivale a una ética débil o nula. No podemos esperar más que eso del maridaje de la ética con los negocios. Ahora bien, si lo conseguimos, no estará tan mal.”²¹”

Y ¿qué pasa con aquellos que hacen las reglas del juego? ¿qué pasa con la política? Para Lipovetsky la política ha dejado de ser una pseudo religión, el individuo es voluble e independiente, los carnets políticos no te los dan en tu familia y la volubilidad que sufre el retroceso del estado patriarcal acentúa el desarraigo político y la carencia de ideales.

La ideología ya no existe, ha sido sustituida por un gran show al que los electores asisten como espectadores y no como iniciados. Los votantes ya no se convencen, se ganan y para tal menester vale cualquier patraña, siempre que asegure votos. Así las cosas, no es de extrañar que prevalezca la figura mediática sobre el político de raza o el intelectual, el espectáculo es un plus. *“Pobre democracia-espectáculo, pobre ciudadano, que apenas liberado de las mega ideologías, cae en las redes de la imagen catódica!”²²”*

De este modo, el nuevo liberalismo político no es más que un espectáculo en vez de un partido político y público dando audiencia en vez de reflexionando y votando ideas. ¿y quién tiene la culpa? Gran parte de esta la tienen el creciente escepticismo que el individuo ha desarrollado sobre la política por la corrupción y los escándalos ocasionados por actores sociales ineficaces y escasamente preparados que las políticas de partidos nos imponen como únicas opciones posibles. Esto lleva de la mano a la

²¹ *Ibíd.*, p. 94.

²² *Ibíd.*, p. 119.

Política, economía y medios de comunicación.

decepción, la volubilidad en el espectro político y, a que como vemos, las encuestas jamás estuvieron más lejos de la realidad.

“La novedad estriba en el hecho de que los ciudadanos posmodernos ya no marchan como tropas disciplinadas; al haber dejado de estar a la orden, se orientan de manera más individual en función de los programas presentados por los líderes, y cambian de voto según la naturaleza y los envites de las elecciones.”²³ (Lipovetsky, p.124)

Por último, están los medios de comunicación, *“ni la palabra de dios, ni el teatro del diablo”* siempre bajo la mirada crítica de todos y es que es imposible agradar a todo el mundo.

“La escuela de Frankfurt estigmatizó las industrias culturales que transforman las obras de arte en productos de consumo; vio en los medios una fábrica de estereotipos cuyo papel consiste en consolidar el conformismo, justificar el orden establecido, desarrollar la falsa conciencia, asfixiar el espacio público de la discusión.”²⁴ (Lipovetsky, p.99)

Ya sea por sus contenidos violentos o por fabricar estereotipos en el arte, los medios siempre aparecen como modeladores de mentes o manipuladores de conciencias. Asuntos como el fracaso escolar, el auge de la extrema derecha o el terrorismo existen porque ellos los amplifican y los meten en nuestros hogares, en nuestras mentes. ¿entonces su culpa es su finalidad? Nuestro autor piensa que no. La publicidad golpea incansable nuestra mente para decirnos como ser felices, como debemos hacer las cosas, nos impone modelos. Pero la elección es nuestra, lo mismo ocurre con la enseñanza o las leyes, de algún modo, nos imponen paradigmas de virtud, pero la realidad es que cada cual opta por lo que desea. Las leyes se imponen por que el hombre de manera natural hace lo contrario a estas.

Esta homogeneización que tratan de imponer no parece tener mucho efecto en cuanto, paradójicamente, el mensaje que reitera a nuestro alrededor es de ser singular, único. La gente lucha por ser distinta. Los medios están creando el germen de una sociedad individualista, se está implantando el vivir el instante y la satisfacción

²³ *Ibíd.*, p. 124.

²⁴ *Ibíd.*, p. 99.

Política, economía y medios de comunicación.

personal. Los sistemas ideológicos no funcionan, la individualidad se abre paso y los individuos tratan de imponerse, de auto gobernarse, niegan la institucionalización. *“Así, a despecho de reportajes trágicos, de innumerables campañas de sensibilización y prevención, los miles de muertos y heridos ligados a los accidentes de tráfico siguen sin tener gran incidencia en el público.”*²⁵

Con mucha información se confunde noticia con opinión y el individuo se hace fuerte en el universo de datos donde siente que la realidad es como él la desea, y todo es posible gracias a que los medios nos dan una carta de elecciones en la que todo está cuando lo necesitamos, sin importar el medio, la hora o el contenido.

Para Lipovetsky la festividad en los medios y la diversión no sustituye los encuentros personales, siendo las redes sociales un complemento más a la interacción humana. Pero los medios actualizan constantemente al individuo y a veces por contradictorio que suene con teorías arcaicas y erróneas y a pesar de esto para Lipovetsky los medios son más una herramienta de la ilustración que su tumba. La vociferada vuelta de la filosofía no es más que un interés erróneo y mal llamado por solucionar los problemas rápido y sin molestias, la reflexión o la argumentación a los porqués no tiene sentido, tan solo interesa la solución.

Los medios no nos enseñan por que hacer las cosas mejor, solo a hacerlas, como vivir mejor, dormir mejor, mejor sexo, mejor alimentación... *“No es la pasión por el pensamiento lo que triunfa, sino la exigencia de saberes y de informaciones inmediatamente operacionales.”*²⁶ Los medios nos proponen una calidad de vida que paradójicamente desean que vivamos a través de ellos, sus películas, sus series, sus documentales; *“las mejores experiencias de la vida las puedes sentir en persona con nosotros”* ese sería el eslogan.

²⁵ *Ibíd.*, p. 113.

²⁶ *Ibíd.*, p. 110.

K. Conclusiones.

Del mismo modo que durante este estudio nos hemos movido de atrás hacia adelante, mostrando una imagen de los comienzos de la terna a estudio, un pase por nuestra más rabiosa actualidad y terminando con la visión de un contemporáneo, igual pretendo ir opinando sobre este asunto ya que entiendo, su poder, posición e influencia no siempre ha sido la misma y estimo debe ser comentado con la objetividad que da el momento en el que suceden los acontecimientos.

Al cesar lo que es del cesar, la escuela de Frankfurt acertó de lleno en su visión sobre el estudio de la sociedad y su conducta de una manera holística, la psicología, la economía, la sociología, la filosofía...ninguna por separado consigue desentrañar los entresijos que formulan las sociedades actuales y los operadores que las componen; era sin lugar a dudas necesario una visión y análisis del todo por encima de las partes, el todo no solo aporta más que las partes, también proporciona universalidad.

Cuando Marcuse identifica los actores de esta obra lo hace de un modo magistral, el poder económico basado en un principio en la crematística pura, el beneficio, los números positivos; los agentes políticos como catalizadores de cambios necesarios en la sociedad del momento y por último el nacimiento de los *mass media* esa herramienta infalible de adoctrinamiento, creación de tendencia y moldeador de sociedades. Pero ya con Marcuse hay un giro, los poderes económicos negocian con el único propósito de que la cuerda que sostiene el liberalismo económico no se rompa, así que ceden un poco; los políticos, esos agentes del cambio son ubicados en posiciones si bien determinantes para muchos aspectos no contrarias al sistema al que deben defensa y lealtad y por último, los medios de comunicación masivos son infectados por los políticos y la economía de modo que se transforman en mensajeros infalibles de sus amos, no solo informando, contando lo que ocurre, transmiten mensajes que van más allá de la mera información, los *mass media* aleccionan, crean valores e instruyen a los ciudadanos sobre el bien y el mal.

Aunque Marcuse esperaba la emergencia de ese actor que podría provocar el cambio, este nunca llegó. A mi entender la idea de Marcuse sobre el agente con

capacidad de cambio era acertada y las condiciones eran las propicias, de hecho, creo que hay condiciones propicias constantemente. Lo que Marcuse no supo ver fue el carácter dinámico y adaptable del liberalismo capitalista. El sistema tolera e incluso condiciona que aparezcan críticos contra él, lo que no permite es que prosperen y mucho menos fracturen su sólida base. Las sociedades capitalistas de la mano del liberalismo asumen los retos que suponen las críticas y su manera de vencerlas no es el estatismo, como el marxismo, todo lo contrario, acogen el problema convirtiendo a sus actores en parte del sistema y al dotarlos de poder, capacidad y herramientas normativizadas dentro del régimen los obliga a ser, ya no parte del problema, sino de la solución al problema que habían planteado, ya que ahora esos catalizadores reaccionarios están obligados a salvaguardar el sistema que les capacita para solucionar el problema que ellos han creado y evidentemente no pueden violar las normas y leyes que les capacitan. Marcuse pensaba que el sistema como tal daría a luz los elementos capaces de cambiarlo y esto jamás ocurrirá. Si aparece en algún momento ese agente capaz de cambiar las cosas debe ser externo al sistema una suerte de anomalía que opera sin la normatividad del régimen una revolución en toda regla, una revolución anárquica.

Quiero incidir también en que es en este momento cuando los *mass media* dirigidos por políticos y corporaciones económicas comienzan a fluctuar en su visión de la verdad. Resulta perverso reconocer como aparece la concepción de que la verdad depende del cristal con que se mira, de modo que no hay que contar las cosas tal cual, las cosas deben ser contadas como interesan y como suscitan la reacción deseada en el público. Esta manera de estimular y conseguir respuestas acordes a los intereses buscados resulta de una efectividad tal que a día de hoy no ha variado un ápice. La verdad ya no tiene sentido si no genera una reacción, una postura, nada se dice sin esperar algo a cambio de modo que debemos entender que este modo de operar en los *mass media* viene de unos intereses creados que buscan una respuesta determinada. Esta respuesta en modo alguno es inocua o desinteresada y por consiguiente condiciona el patrón de realidad del espectador. Un buen ejemplo es lo que ocurre en EEUU con el concepto de patriotismo que ha terminado evolucionando a patrioterismo, es decir, se ha inculcado de tal modo el orgullo territorial que ha sobrepasado el concepto y ha llegado a germinar como una idea de superioridad sobre el resto de pueblos, esto que roza el nazismo, es una perfecta normatividad en su sistema para contar con el apoyo de la ciudadanía para acometer guerras en nombre de la libertad o del modelo de vida

Política, economía y medios de comunicación.

perfecto. Un modelo que parte del trabajo de los *mass media* que han convencido a una sociedad, por completo, que su vida no es buena, es la mejor y que están legitimados para hacer llegar a los demás su suerte.

Sobre la actualidad de economía, política y medios de comunicación creo que no hay mucho que analizar, puesto que los posicionamientos son tan evidentes que no cabe distintas visiones sobre esta objetiva realidad. El poder económico, en forma de corporaciones y por medio de lobbies, ha conseguido trepar hasta lo más alto de la pirámide, bajo estos, los políticos que son agasajados tanto de un color como de otro por sus señores económicos, ya que a estos les es indiferente quien pueda llegar al poder; ¿y cómo es esto posible, si cada partido tiene su programa e ideales?

Llegados a este punto es comprensible entender que la oferta política sobre la que, gracias a nuestra libertad, elegimos con nuestro voto, no es más que una falacia. Ya que no existe libertad de elección cuando te ves obligado a elegir entre lo que hay por imposición. Las opciones electorales están predeterminadas en forma de partidos políticos, que se presentan al votante como entidades finales, constituidas y obligadas, ya de antemano, con intereses superiores a los de sus electores, como pueden ser las deudas que mantienen con el sector financiero. De esta forma la ilusión de elegir a quien votar se ve constreñida por la elección entre la lamentable variedad que ofrecen. Además, hay que tener en cuenta que ni siquiera se elige a los representantes que nos complacen o convencen a nivel personal, ya que estamos obligados a tragar con las personas que los propios partidos eligen y nos imponen, nos guste o no, de ahí que los partidos políticos no sean ni por asomo reflejo de las preferencias de la masa social, si no meras organizaciones entre las que se debe elegir.

En esta misma línea de pensamientos pensar que el poder ejecutivo y legislativo estaría obligado a respetar las preferencias mayoritarias resulta de una ingenuidad pasmosa, y no solo porque ya ocurre de manera indudable. Los programas de las formaciones políticas son guardados en el cajón en el instante en que estas detentan el poder y es que fundamentalmente hay que tener en cuenta dos factores.

1º los programas políticos que se presentan en las elecciones no están sujetos a cumplimiento alguno por parte de los actores políticos, pudiendo justificarse la toma de medidas diferentes o totalmente opuestas a las prometidas, por razones de índole nacional, económicas o superiores.

2º No existe a, día de hoy, una fórmula inmediata y efectiva para retirar el poder por parte de la masa social, a una formación política que incumple sus promesas. Y aunque podríamos pensar que, en las siguientes elecciones, esta formación recibirá un abandono de electores o voto de castigo, esto no ocurre. En España los ideales políticos son como las elecciones deportivas, si te posicionas de un equipo, eres de este, para lo bueno y lo malo, llegando a desarrollar animadversión por los líderes políticos contrarios y sus propuestas, así es la estupidez humana.

Estos dos factores determinan que las corporaciones en vez de posicionarse políticamente, opten por ayudar o favorecer a todos los contendientes políticos en similar medida, ya que vociferen y prediquen lo que sea, una vez en el poder obedecerán las normas del juego y cumplirán las medidas impuestas por el sistema, aunque estas sean diametralmente opuestas a lo prometido.

Si bien es cierto que es el individuo es el que elige libremente a sus representantes políticos con su voto cada cuatro años, la capacidad de este para mantener, exigir e influir sobre los actores políticos es manifiestamente nula. Por otro lado, los lobbies como manifestación pragmática del poder económico o colectivos unidos por intereses comunes (energéticas, financieras, farmacéuticas...) realizan acciones, presión, en forma de iniciativas dirigidas a desarrollar decisiones favorables para los intereses del sector que representan. Resulta evidente que la persuasión que efectúa un lobby sobre un actor político es infinitamente mayor que el transmitido por sus electores, principalmente por que aquellos electores que con su voto posicionaron en el poder al agente político ya no tienen acceso directo a este, mientras que los lobbies disponen de herramientas (posicionamiento geográfico, fondos, relaciones, etc.) que les capacita para un acceso prácticamente sin restricciones a los actores políticos.

Aunque resulta obvio, es necesario decir que los políticos en su toma de decisiones, han de poner en la balanza, lo aportado por sus electores para su propio interés, nada; y las repercusiones en forma de beneficios, sobornos, regalos, dádivas, cargos futuros en directivas de empresas, etc. Que ofrecen los lobbies para que estos tomen decisiones políticas que potencien o promocionen los intereses de estos colectivos.

Y aunque como hemos mencionado antes, la sombra del soborno, del tipo que sea es una realidad palpable entre los lobbies y los agentes políticos, o entre el poder

Política, economía y medios de comunicación.

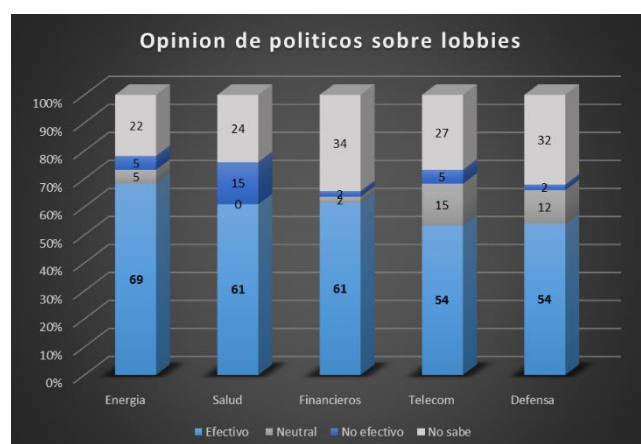
económico y el político, es importante mostrar las ventajas de las que estos disponen a diferencia de la masa social con respecto a su relación con los poderes públicos.

1. Los lobbies crean planificaciones estratégicas para la consecución de resultados.
2. Buscan influir en su comunicación, y tratan directamente con poderes públicos.
3. Lo presentan como una política de relaciones públicas.
4. Comunican prioritariamente datos con idea de informar para la toma de decisiones.
5. Para ejercer la presión, se puede contratar individuos o empresas especializadas.
6. A día de hoy, no existe estamento (ejecutivo, legislativo e incluso judicial) libre de estas influencias.
7. Intervienen desde la toma de decisiones gubernamentales hasta la creación de leyes que no existen.
8. Su objeto es transmitir una imagen positiva fundada en la confianza y credibilidad hacia la postura defendida por la práctica del lobby; y que así mismo, de lugar a un entorno normativo y social propicio, para conseguir su finalidad que no es otra que la legitimación de la actividad.

A la vista del objeto, fines y metodología de actuación del poder económico por medio de los lobbies, la ilusión sobre la que descansa la participación del pueblo en los procesos de decisión política no es más que eso, una ilusión. A la vista de estas realidades incuestionables y basándonos en la posibilidad de la evolución hacia una situación mejor para el individuo asumimos ahora la realidad actual.

Resulta complejo establecer de manera pormenorizada que lobbies son los más poderosos en nuestro país, ya que el criterio para catalogarlos puede llevarnos a clasificaciones diferentes, dependiendo de las fuentes elegidas.

Puesto que el objeto de estos grupos de presión es influir y condicionar especialmente en lo relativo a decisiones políticas y económicas, podemos determinar que el criterio de los actores políticos con respecto a juzgar la eficacia de las



intervenciones de los lobbies, sería un método bastante fiable de estimación del poder de los lobbies.

La gráfica muestra la respuesta de los políticos a la eficacia, por sectores, de los lobbies. Mostramos los datos de los cinco más influyentes. A la vista de los resultados de la gráfica anterior, observamos a priori que si contestaron con sinceridad más del 50% de los políticos reconocen una influencia efectiva de los lobbies. Otro dato enormemente significativo es el porcentaje de políticos que responden no saber, la realidad de los lobbies es tan palpable que la respuesta de no saber por parte de un agente político tiene dos lecturas. La primera, es un completo inepto y no está en el mundo, situación poco creíble; y la segunda, no desea reconocer la influencia de estos. Si la segunda opción es cierta, más del 80% de los políticos saben sin lugar a dudas que los lobbies aplican presión efectiva a las decisiones políticas.

Constatada la influencia de los cinco lobbies más fuertes de España, ahora toca preguntarse como llevan a cabo esta presión. ¿De qué manera puede uno de estos lobbies ejercer influencia sobre los representantes políticos?

- Las poderosísimas energéticas constriñen al gobierno español para que no deje en manos de la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC) fijar las tarifas eléctricas y gasistas como exige la normativa europea. De este modo continúan las propias eléctricas decidiendo el precio de las tarifas.

- Los lobbies relacionados con la salud, consiguen constantemente que el gobierno del PP trate de privatizar los servicios sanitarios públicos por deficitarios. Pero a la vez tratan de hacerse con ellos alegando poseer mejores planes de gestión. En el peor de los casos, los lobbies, consiguen que se exterioricen servicios médicos, innecesarios hasta el momento, y que evidentemente sufraga el estado con un gasto más elevado para el contribuyente.

- Los compromisos adquiridos, por las formaciones políticas, con los bancos, garantiza que no se desarrollaran leyes ni medidas que contradigan, afecten o perturben de manera negativa al sector financiero. Como ejemplo de esta disposición del gobierno basta constatar que todas las medidas que se hacen para las buenas prácticas bancarias son de aplicación discrecional y voluntario por las entidades. Basta mencionar que a día de hoy La caída del banco Popular y su posterior absorción por el banco Santander, equipara y sitúa los intereses de este banco en un lugar preferente de la política

Política, economía y medios de comunicación.

española. Banco Santander se sitúa como máximo prestatario de PP, PSOE Y C's, siendo el banco Santander acreedor del 80% de la deuda de estos partidos políticos.

- Las telecomunicaciones y los políticos tienen una relación biunívoca, ya que las primeras necesitan de las subvenciones públicas que les conceden los políticos, así como las propias licencias de emisión. Pero por otro lado los agentes políticos necesitan de las comunicaciones como canal de transmisión para crear consentimiento.

- En nuestro país desde tiempos inmemorables las relaciones entre políticos y ejército, se han basado en la quietud de los segundos, motivada por las aportaciones de los primeros. Todos los gobiernos desde la transición han dotado a nuestro ejército de fondos generosos, con la intención de mantener la comodidad de los mandos militares. En nuestros días, las dotaciones al ejército español y la venta de armamento a países terceros, suponen unas jugosas prebendas para las empresas vinculadas a defensa. El lobby de defensa asesora e informa al gobierno de las necesidades de actualización de nuestro ejército; pero además solicita intermediación para la venta a terceros.

Esta capacidad para disuadir y en muchos casos condicionar la voluntad política, doblegándola en determinados contenidos provoca que se realicen prácticas por parte de los políticos totalmente injustas para la masa social, pero por mucho que moralmente sea reprobable la decisión política, prevalece de manera indiscutible la petición del lobby y esta es posible porque desde los medios de comunicación nos insisten de manera reiterada que estas opciones son necesarias para el devenir de nuestra sociedad hacia un futuro sostenible y mejor.

La perversión más dañina del poder económico sobre los agentes políticos queda patente con las puertas giratorias, de hecho, resulta algo incomprensible para el individuo de a pie, que cuanto peor fue la gestión de aquel, más injusta, con menos carácter social y de hecho más dañina para la masa social, recibe un mejor cargo en estamentos o empresas privadas, tras terminar su infructuosa gestión; este premio inmerecido, aún resulta más sangrante cuando el nuevo cargo a detentar es en una empresa relacionada con las decisiones injustas del pasado, la cual de manera innegable resulto beneficiada.

Lipovetsky por el contrario parece acometer toda esta mala praxis desde la perspectiva de "*podría ser peor*", la sociedad es la que es, y el individuo navega al son de corrientes y vientos imperantes, de manera que no existe rumbo, tan solo importa

mantenerse a flote, dónde te lleven esas fuerzas podemos decir que es un proceso insuperable para el individuo. Como Ulises en la isla de los lotófagos el hombre se encuentra inmerso en una festividad, en una suerte de inercia que no le permite la reflexión de sus acciones y decisiones, ajeno por completo a las maniobras de las élites económicas, padeciendo decisiones políticas paradójicas e informado de todo ello desde el punto de vista del “*es por tu bien*”, pequeña frase gracias a la cual se han cometido los mayores abusos contra los derechos sociales en las últimas décadas. El hombre actual está intoxicado de loto en forma de obligaciones, patrones conductuales y reglas sociales que lleva a cabo sin mediar consentimiento, es un automatismo que ya está interiorizado y que funciona como el respirar. Las nuevas tecnologías lejos de ser una herramienta para una nueva forma de interacción personal como defiende Lipovetsky no es más que un sustituto agradable de la vida, una nueva forma de vivir el ahora y lo que se desea a la carta, y cuando elegimos a la carta todo nos gusta, nadie pide algo que no es de su agrado cuando puede elegir lo que quiera. Lipovetsky parece no ver el problema que supone que la vida se viva por medio de una interface, eso no es vida.

Lipovetsky cree que los medios están haciendo una labor eficaz a la hora de atomizar a la sociedad, ese individualismo sano que nos hace diferentes no es más que un espejismo de la auténtica razón de ser del sistema; donde Lipovetsky ve individualidad y autonomía, yo solo veo desunión y fragmentación de una sociedad que dentro de la ilusión de la libre elección cree ser libre por elegir, no percibiendo que la elección está viciada si las opciones vienen ya configuradas por designadores interesados. “*La libre elección de amos no suprime ni a los amos ni a los esclavos.*”²⁷ Tras mucho darle vueltas al asunto no cabe duda que el gran acierto del sistema es repetir hasta la saciedad que somos libres. Aunque economía y política conducen nuestras vidas, estos a través de los medios de comunicación nos dicen que somos libres, que podemos elegir, de nuevo somos ese naufrago que no sabe dónde lo zarandean las olas y piensa que lo está haciendo bien porque se empeña en flotar, elige vivir a pesar de lo adverso del entorno, y aunque depende de el mismo, su universo de opciones viene determinado por la misericordia del medio, la suerte o la casualidad.

Otro aspecto que me gustaría no dejar pasar en mi reflexión es el interés desmesurado de las entidades económicas, corporaciones donde el materialismo es su ontología, de la necesidad imperiosa de mostrarse humanos, de enseñar que aún como

²⁷ Marcuse, p.46.

Política, economía y medios de comunicación,

ente físico, poseen un espíritu que les lleva a comprender, a empatizar con los individuos tanto que la forman como los que la consumen. Esta humanización y especialmente espiritualización de las corporaciones no es más que un suave, tierno y delicado envoltorio con el que mostrarse a la sociedad. En nuestros tiempos no es necesario poseer valores éticos y morales, es suficiente con que digas que los tienes; de hecho, se da la paradoja de que tanto políticos como entidades financieras constantemente desatienden e incluso contradicen sus propios mensajes y posturas. Este hecho que podría ser una causa evidente y palmaria para que los individuos y en general la sociedad encontrara el modo de aplicarles el justo castigo; no votar a los políticos corruptos y sacar los ahorros de entidades poco morales, no se lleva a cabo de manera habitual en parte gracias al mensaje *es por tu bien*, que los medios de comunicación nos hacen llegar por a través de esos actores de influencia que gozan de la credibilidad y el seguimiento de masas sociales. Los mensajes que no son más que el precedente de la materialización de decisiones desconocidas para los electores e incluso contrarias a las prometidas en campaña electoral nos llegan con el camuflaje de un falso bien, como una especie de quimioterapia social que, si bien nos va a hacer mucho daño, el propósito final es un bien mayor.

Para terminar mis conclusiones me gustaría hablar del modelo por antonomasia de toda esta maquiavélica relación de economía, política y medios de comunicación, me refiero al caso estadounidense.

EEUU representa el paradigma perfecto de este entramado de tres. Lo primero que hay que destacar es la total capacidad operativa y manipulativa de entidades económicas y militares, que cual titiritero manejan los hilos no tan finos que dirigen la política, quedando estos estamentos fuera de la vista del público en general, así, este poder queda enmascarado, difuso y ambiguo. Además, es necesario decir que el poder de este ente sobrepasa las fronteras, ya que esta máquina de gestión de guerras y económicamente potente, posee poder también sobre otras sociedades y culturas además de la americana, de manera que estas sociedades o países se convierten en fichas del juego de poder de la maquinaria global americana. Un detalle a poner sobre la mesa es que esta máquina que se apoya en infinidad de entidades toma sus decisiones no en parlamentos o congresos o senados, las decisiones salen de entidades privadas como el club Bildberger o el MIT (Massachusetts Institute of Technology) cuya disposición de fondos le equipara al décimo tercer país mundial en riqueza. Las estrategias y políticas

Política, economía y medios de comunicación.

que deciden en estos organismos llegan a los políticos por canales no oficiales, propuestas informales o recomendaciones, llegando a marcar estos asuntos no solo la agenda política internacional sino también dibujándoles las líneas rojas que no han de cruzarse en determinados momentos.

Evidentemente esto no es más que una poliarquía de pensamiento único neoliberal, que por sistema aniquila cualquier otra forma de política económica. Y podríamos preguntarnos por qué funciona si solo algunos se benefician y parece que subyugan países que disponen de capacidad y relevancia internacional. Porque la fuerza económica lo es todo y este ente ha creado una maquinaria muy golosa para algunos, eficiente para otros y necesaria para el resto. Para empezar como precursores de la globalización han constituido un soberbio ejército de mano de obra barata, rozando la esclavitud en ciertas demarcaciones geográficas. Pero tras la última crisis económica también se ha creado una masa social trabajadora, preparada académicamente y con experiencia, que al no disponer de trabajo someten a sus homólogos trabajadores a la presión de su sustitución si estos tratan de cuestionar las normas laborales impuestas tras la mentada crisis. Con todo esto sobre la mesa ni que decir tiene que el poder económico crece más con la especulación que con la producción de ahí que un nuevo problema de la cara, la situación social se degrada constantemente. Con las soberanías de los estados no se sabe bien donde, esta entidad económica global neoliberal campa a sus anchas y sin perro que le ladre acomete las decisiones que deben aprobar los políticos venidos a menos y legitimados únicamente por la soberanía popular, es decir, legitimados por nada. Ya que esta puede alterar una y otra vez los representantes políticos, pero eso en modo alguno garantiza cambios en las políticas económicas. Este ente que solo atiende al beneficio económico, crematística, se desentiende de los factores de relación y necesidad que marcan las relaciones económicas, su avidez por el beneficio lo coloca en un estatus donde poder y beneficio económico prima sobre humanidad, sociedad, necesidades, justicia, moral y ética.

Para terminar, me gustaría aportar una idea positiva, aunque quizás sea más una ilusión que una posibilidad realizable. Cuando Marcuse se acerca al término emergencia, insiste en que aparecerá un agente cuyo cometido será llevar a cabo el cambio. Pero ¿qué cualidades? ¿Qué tipo de agente será este? El sistema es fuerte y funciona como un baluarte sobre sí mismo, las anomalías no se enfrentan, se asimilan como una suerte de ejército derrotado que pasa a formar parte de las filas del vencedor.

Política, economía y medios de comunicación.

Entonces cabe preguntarse ¿de dónde saldrá este agente? Si el sistema no permite que sus anomalías lo minen, tenemos que pensar que la solución, este agente, vendrá de fuera del sistema. Y entonces surge la cuestión ¿existe algo fuera del sistema? Y lo que hay no es acaso marginal, minoritario y en definitiva débil. Siempre que se ha intentado que algo que chocaba o no era reconocido socialmente, peleara para ser reconocido, para alcanzar estatus representativo lo primero que ha procurado es ser parte del sistema, ya que el sistema es inatacable desde fuera. La paradoja está servida.

L. Consultas bibliográficas:

- Chomsky, N (2002), *La Propaganda y la opinión pública*. Barcelona, Crítica.
- Habermas, J (1983), *Conciencia moral y acción comunicativa*. Madrid, Trotta.
- Habermas, J (1981), *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid, Taurus.
- Lipovetsky, G (2006), *La era del vacío*. Barcelona, Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G (2003) *Metamorfosis de la cultura liberal*. Barcelona, Editorial Anagrama.
- M.L DE Fleur S.J.Ball-Rokeach (2006), *Teorías de la comunicación de masas*. Editorial Paidós.
- Marcuse, H (1964), *El hombre unidimensional*. Barcelona, Planeta.
- Marcuse, H (1971), *Industrialización y capitalismo en la obra de Max Weber*, en: T. Parsons (ed.): *Presencia de Max Weber*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, pp. 123-144 [1964].
- Marcuse, H (1971), *Razón y revolución*. Madrid, Alianza.
- Walter, B (2013), *Obra completa. libro v/vol. 1*. obra de los pasajes 1. Abada editores.