

# Subjetividad, competencia, miedo y sistemas sociales

*Eduardo de la Fuente Rocha\**

En la sociedad actual se construyen subjetividades particulares mediante discursos y modelos a seguir que el sistema social demanda. La exigencia de ser mejor cada día y la competitividad, crean sujetos que viven y se vinculan en el miedo al fracaso y a no ser exitosos, generando vivencias de angustia y culpa por no cumplir con lo establecido. Frente a la amenaza absoluta que implica para el sujeto someterse a la mirada social, se generan mecanismos que lo hacen reaccionar paranoicamente, no diferenciando la amenaza real de la que fantasea; dándose así formas particulares de relacionarse que van desde la competencia, hasta la agresión por el miedo a ser anulado socialmente. En este trabajo se analiza a luz del psicoanálisis y de la psicología social el funcionamiento del miedo a no ser el mejor, las maneras de responder ante éste y su origen en las estructuras psíquicas: individual y colectiva.

PALABRAS CLAVE: miedo, medios masivos de comunicación, competencia, manipulación, poder

In current society particular subjectivities are constructed through discourses and models that are followed according to what the social system demands. The demand of being better every day and competitiveness create individuals that live and relate amongst them through the fear of failure and unsuccessfulness, generating experiences of distress and guilt for not compiling with what is established. Facing the absolute threat that for an individual represents surrendering to the social regard, some mechanisms that make him/her react as paranoiac are generated, while not distinguishing the real threat from the one that he(she) daydreams. This gives origin to particular ways of relating that go from competition,

\* Profesor-investigador, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco [fuentee@correo.xoc.uam.mx].

to aggression caused by the fear of being socially annulled. This article analyses from the perspective of psychoanalysis and social psychology how the fear of not being the best works, the ways of reacting towards it and its origin in the psychological structures: individual and collective.

KEY WORDS: fear, mass media, competition, manipulation, power

ACTUALMENTE EN NUESTRA SOCIEDAD el paradigma de progreso ha marcado y orillado a los sujetos a exigencias de competitividad, creándoles necesidades de ser mejores y tener más para poder ser aceptados dentro del contexto social. Este hecho permite comprender cómo en el ámbito de la mundialización del mercado y del avance del poder del capital, se van generando nuevas expresiones de subjetividad encaminadas cada vez más a aportar formas de dominio y exclusión.

El monopolio del ejercicio del poder sobre determinados territorios y grupos de individuos o colectividades, ha homogeneizando las relaciones sociales entre éstos. La subordinación de tales grupos ha sido posible por el proceso de consolidación monopólica del sistema apoyado por los medios de comunicación, constituyendo una estructura totalizante donde los individuos se convierten en sujetos cada vez más dependientes del sistema, se conforman bajo una identidad manufacturada y homogenizante, cuyo único sentido es fortalecer al ámbito económico mundial.

Vivimos en un mundo habitado por sujetos que inevitablemente le temen a la realidad dada la naturaleza amenazante de la misma. Por otra parte, el miedo también es inoculado en los sujetos a través de diversos elementos, principalmente los medios de comunicación, que cada día lo promueven a través de los noticiarios, de anuncios exhibidos en las calles de la ciudad en diversos espacios urbanos, campañas de miedo que hacen que los sujetos se replieguen en sí mismos y que la vida propia, las relaciones sociales, laborales, de pareja o de amistad se vean trastocadas. El mensaje que se transmite en estas campañas es el mismo: “que salvo unos cuantos ganadores solitarios, nadie es realmente indispensable; que el ser humano les sirve a otros seres humanos únicamente en la medida en que pueda ser explotado en provecho de éstos [...] que la apuesta máxima de la supervivencia consiste en sobrevivir a los demás” (Bauman, 2005:168). Así, el fantasma de la violencia, del desempleo,

del ridículo, de la descalificación, del hambre, de las guerras, de la destrucción, de la muerte y del prójimo se presenta con diversos matices e intensidades ya que “para la mayoría no pasa de ser una situación incómoda, pero hay quienes no soportan situaciones de las que no tienen control” (Roldán, 2007:25).

Este miedo humano al desamparo, a la pérdida, a la soledad, a la enfermedad, a la muerte, a la locura y a no ser, está fundado en experiencias traumáticas constitutivas del psiquismo. El temor es parte constitutiva de nuestra psique. Los miedos y las angustias se manifiestan desde el inicio de la vida del sujeto ocupando un lugar defensivo alertándolo contra peligros reales o fantaseados. Se trata de una emoción que ha acompañado al hombre desde los albores más tempranos de su historia. Foucault menciona en la entrevista que le realizó Bentham, que un miedo ha recorrido a la humanidad desde la segunda mitad del siglo XVIII, miedo que funciona como pantalla de oscuridad que impide la entera visibilidad de las cosas, la gente, las verdades (Bentham, 1980:s/p). Hoy el miedo en sí no es una novedad, pero las formas particulares que adopta en la actualidad sí lo son. Dichas particularidades se encuentran estrechamente relacionadas con el escenario social global, es decir, con el sistema político, económico y cultural en el que se encuentran insertas y en el cual se promueven ciertos valores en función de intereses específicos, generando al mismo tiempo daños colaterales no deseados, entre los cuales podemos destacar la difusión social del alarmismo y de los sentimientos de inseguridad, de miedo e incertidumbre.

Sin embargo, esta situación resulta paradójica ya que uno de los fundamentos y metas del Estado, y en general del sistema social, es el de salvaguardar la integridad de sus miembros; su función es la de minimizar los peligros que atemorizan a los sujetos, situación que —como vemos hoy en día— resulta ser una utopía, pues son ellos mismos los que alientan el miedo. Así, una de las características de la vida contemporánea es la sensación continua de sobresalto que impregna la cotidianeidad en cada uno de los actores sociales.

Las nuevas tecnologías, lejos de minimizar el clamor de las alarmas sobre la amenaza de un colapso ecológico, económico, o de cualquier otra índole, parecen haberlo agudizado y diversificado. Como hace notar Zygmunt Bauman (2005), el desarrollo de nuevas tecnologías incrementa cierta sensación de inseguridad y de constante riesgo, el cual puede percibirse de forma manifiesta o latente. A los grandes productores no les interesa combatir la contaminación, pues ello les incrementaría costos o les impediría seguir

adelante con los sistemas de producción actual, lo cual se reduce a un modelo que se sustenta en las ganancias y no en la vida del planeta. Lo mismo puede decirse de los gobiernos que han alentado la corrupción, permitiendo por años el apoderamiento de espacios y de controles sociales a grupos pertenecientes al crimen organizado y que en el presente han rebasado el control gubernamental poniendo en peligro a la población no sólo con sus formas corruptas de vida, sino con la amenaza directa a la subsistencia de la población.

También puede hacerse mención de los gobiernos que por mantener los privilegios del grupo en el poder, dictan y aprueban leyes que restringen cada vez más la libertad popular, condenan a quienes los denuncian, recortan presupuestos, abaten las ofertas de empleo, privilegian de manera arbitraria a particulares para pagar favores políticos o para concertar negocios que por su misma posición en la administración pública les están prohibidos. Ello promueve entre la población la conciencia de impunidad y alienta las conductas criminales, lo que redundará en un incremento en la inseguridad, en la percepción de injusticia y en el desaliento incrementando el miedo en la comunidad.

No se puede negar la dimensión cuantificable de los riesgos, pues en torno a éstos se han generado un sinnúmero de dispositivos para calcularlos y poderlos capitalizar. De igual forma no podemos dejar de lado la dimensión latente que se genera a partir de la relación entre los sujetos, los riesgos y el miedo; esta relación no siempre es clara. En muchas ocasiones el vínculo entre riesgo y miedo no es directamente proporcional. El miedo puede alcanzar niveles inconmensurables en comparación con los riesgos reales, mientras que otras situaciones de alto riesgo pueden vivirse con tranquilidad, sin que los sujetos se inmuten o se percaten del peligro.

Podemos asociar el concepto de riesgo con el temor al daño que produce la exploración de un espacio desconocido y por ende la incertidumbre que se produce alrededor de éste, por lo que pudiera acaecer dentro de este nuevo espacio. Los diferentes sentidos que adquiere dicha noción se encuentran estrechamente vinculados con el imaginario social vigente. Así, podemos relacionar la noción de miedo con la de incertidumbre por un futuro que cada vez se nos promete más aterrador, amenazado por la escasez de los recursos naturales, por una situación económica cada vez más precaria; un mundo en constante cambio donde las reglas ya no son una certeza, pues éstas cambian en cualquier momento favoreciendo a quien detente el poder en ese momento.

En este panorama de incertidumbres lo único que puede aparecer como certeza es la sensación de miedo, misma que difícilmente permanece delimitada a un solo agente social, ya que en el contexto de hoy –en especial con la presencia de los medios de comunicación– se torna cada vez más complicado hablar de aspectos exclusivos de determinada territorialidad. Sin embargo, la atmósfera de temor que predomina en nuestra sociedad no se propaga sola, necesita de ciertos factores que la sustenten. En este caso en particular, podemos hablar de los medios de comunicación masiva como uno de esos agentes que contribuyen a la propagación del miedo. Acontecimientos o hechos susceptibles de provocar sentimientos de miedo pueden alcanzar, gracias al discurso que sostienen los medios de comunicación, una mayor difusión en un tiempo menor, hecho que facilita en muchos sentidos esta tarea (Ordóñez, 2006:49).

De igual forma es importante remarcar que en muchas ocasiones acontecimientos que por sí mismos pueden intimidarnos, en manos de los distintos medios informativos adquieren un matiz totalmente distinto y, por ende, la forma en la que impactan en el ámbito social toma ciertas peculiaridades. En este sentido, el papel de los medios de comunicación en relación con los hechos no puede ser reducido a un mero vínculo informativo, sino que va más allá, ya que de esta relación se producen diversas sensaciones en el público espectador que varían, no sólo en cuanto a su intensidad, sino también en la forma en la que éstas son significadas. Es decir, los medios de comunicación no son entes neutros, ajenos a nuestra realidad y a la manera en la que los hechos acaecidos en ésta son incorporados. “Los medios de comunicación no sólo informan sobre el mundo sino que actúan sobre él” (Ordóñez, 2006: 98).

Los efectos que se producen no se agotan en la difusión, sino que se refuerzan debido a la continuidad de la acción del aparato mediático a lo largo de periodos prolongados. Un ejemplo de este tipo de mensajes repetitivos se puede ver en los modelos de competencia producidos socialmente y promovidos por los medios de comunicación. A través de ellos se exalta un yo ideal,<sup>1</sup> que dada la naturaleza ambivalente de la psique genera un sentimiento de inferioridad y

<sup>1</sup> Término que alude a la formación psíquica perteneciente al registro de los imaginarios, representativa del primer esbozo del yo. Este término fue introducido por Freud en 1914 en su obra *Introducción al narcisismo*.

culpa, que ata a los sujetos a modelos de perfección, siempre con la premisa de ser el mejor. El temor a no ser o a perder el lugar del mejor, implica enfrentar el miedo a dejar de cumplir con las expectativas del otro, así como entrar en el mundo de la descalificación, de la angustia y de la amenaza de extinción.

Esta exigencia social mediática provoca en los sujetos pérdidas y angustias en dos sentidos. Por un lado, si se es competitivo nunca se es suficiente, ni se alcanzará la completud y el éxito total que el sistema exige del sujeto, pues la falta es interminable. Por otro lado, si no se está en la competitividad el sujeto es despreciado por no actuar como el sistema exige. En ambos casos el sujeto es manipulado y vive la angustia por no ser o por ser competitivo. Así, podemos ver que uno de los temores fundamentales del sujeto dentro de su entorno social es el de ser excluido, el de no pertenecer a cierta realidad y por ende no ser o no existir.

### **Miedo *vs* sometimiento al discurso social de la competencia**

En la actualidad el ser humano enfrenta la soledad y el vacío que implica vivir en la sociedad moderna, en la que los vínculos y los espacios de arraigo se tornan cada vez más difusos. Como respuesta a ello, el sujeto se lanza a la búsqueda de brújulas que le permitan tener un sentido de orientación. La vaciedad propia hace que el individuo se enganche en discursos o en influencias del mundo que le rodea, en imágenes sobre el agua que le hacen perderse de la realidad de su ser. En una época donde se conjuga información con ansiedad, no es difícil encontrar depresión, crisis de identidad y de valores. En este proceso descrito se reactualizan mitos y figuras ante la necesidad de encontrar asideros y contenedores personales y sociales.

Los modelos a seguir ofrecidos por los medios de comunicación capitalizan el sentimiento de inferioridad colectivo y proponen modelos exagerados e idealizados poseedores de superioridad. Es decir, que proponen una figura opuesta al sujeto, compensatoria y esperanzadora ante sus necesidades. Este fenómeno se extiende y se convierte en una reacción de masas ante la cual el sistema tiene como finalidad última capitalizar la sumisión de la masa, la que se logra mediante una aparente compensación psíquica otorgada por la promesa social de ser el mejor.

De esta manera, se puede apreciar que las figuras ideales que enarbolan ciertos valores y patrones de conducta a seguir tienen un uso regulador, es decir, sirven de normas para la acción y el juicio, dirigen y encaminan la razón (Ferrater, 2001:1734). Gran parte de las ofertas hechas al público por los medios de comunicación se sustentan en objetos idealizados. Así, el que no es exitoso, competitivo y capaz para el sistema representa oposición y rebeldía. Se trata de aquel al que hay que aquietar por haberse constituido en la sombra del sistema. Es él quien carga con la significación de quien tiene una iniciativa equivocada, diferente; un enfermo que atenta contra el sistema, un sujeto al que habrá que reformar o curar por medios tales como la cárcel o el manicomio. Cualquier cosa, acción, discurso del grupo en el poder que escape a la norma por mínima que sea la divergencia, será descalificada o anulada y se le tratará de reformar, perdiendo valía ante los cánones del deber ser; queda así estigmatizado el sujeto que la ponga en práctica y es señalado como fracasado, peligroso, loco, ladrón, ignorante, etcétera. Ante ello, al sujeto sólo le queda subsumirse, someterse voluntariamente mediante espejismos o estereotipos y modos de vida mediáticos que le prometen seguridad y totalidad, a cambio de la renuncia a sus propias formas tanto de ser como de pensar, pudiendo sentirse culpable en los casos en los que no cumpla con el prototipo social que se le demanda.

Para estos grupos los directivos sometedores aparecerán paradójicamente no como manipuladores que dominan a las masas, sino como representantes de las instituciones, que ofrecen la posibilidad de lograr protección, libertad, progreso y evitar la angustia de la destrucción propia. Es decir que el miedo al que nos sometemos se origina en la amenaza de quedar proscrito de la protección. El nuevo génesis se da como manifestación continua de exigencia en cuanto a la imagen que debe mostrar cada sujeto, manteniéndose sumiso a la figura patriarcal propuesta por los medios de comunicación. Aceptar esta actitud sumisa fomenta en el sujeto la autopercepción de indefensión.

Los sujetos mediante la competencia promovida mediáticamente lucharán por mantenerse en la preferencia del protector y garantizar con ello su subsistencia, evitar el destierro y la marginación social. Se trata de un mecanismo por medio del cual el sujeto no puede acceder a lugares de poder, aunque debe mantener una lucha constante por ser el mejor de los súbditos para evitar la proscripción. La conformación social del sujeto es un proceso continuo, dinámico, que se adapta en cada momento a los nuevos requisitos que el sistema

en el poder exige para su preservación. Ello no significa que las subjetividades sean totalmente creadas, destruidas y sustituidas continuamente por el sistema, sino que su influencia pesa de manera tal en los sujetos que moldea sus actuaciones y discursos en la vida cotidiana, que poco a poco los transforma en sujetos alienados. De igual forma el perfeccionamiento de las distintas tecnologías del miedo empleadas para la comunicación es fundamental en este tipo de acciones, pues permite que su cobertura sea de mayor amplitud y por ende de mayor incidencia entre la población.

Otro de los elementos que nutre este ambiente de terror tiene que ver con los denominados hechos violentos o situaciones de riesgo. Hoy es frecuente observar y escuchar discursos mediáticos que aluden a la prevención de riesgos y que ofrecen tácticas para evitarlos; venden formas para eludir aquello que atente contra la propia seguridad, la salud, la integridad, etcétera. Sin embargo, estos anuncios juegan con un factor elemental: la incertidumbre acerca del futuro, misma que produce miedo en el sujeto; es decir, la mayoría de este tipo de discursos se basa en una realidad incierta y hasta cierto punto fantasmática pues nos previene ante los posibles riesgos que podemos correr, erigiéndose como conocedores del camino a seguir, prometiendo un mejor futuro al proporcionar alternativas que tornen menos angustiante el mañana.

El discurso incierto de los medios encarna una paradoja, pues el mundo que hoy nos presentan está muy comunicado, se pondera la información, se hacen visibles y transparentes aquellos hechos que nos atañen, afirmando que contamos con medios de comunicación masiva que tienen como función manifiesta dicha tarea. Sin embargo, en el plano de lo latente podemos decir que las opiniones que estos medios presentan al auditorio no hacen otra cosa que ofrecer datos convenientes a cierto grupo, ocultando otros que puede resultar menos favorables a los intereses de los poderosos. Así, tenemos por un lado a un público en la sombra, hambriento de información que cree obtenerla a través del discurso mediático y, por otro, a los grupos de poder sacando a la luz aquello que les es conveniente, como hace notar Foucault:

Este reino de la opinión que se invoca con tanta frecuencia en esta época, es un modo de funcionamiento en el que el poder podría ejercerse por el solo hecho de que las cosas se sabrán y las gentes serán observadas por una especie de mirada inmediata, colectiva, anónima. Un poder cuyo recorte principal fuese la opinión no podría tolerar regiones de sombra (Bentham, 1980:17).



Los hechos violentos y los riesgos manipulados mediáticamente pueden llegar a victimizar a un sujeto a través de su discurso (Ramos y Saltigeral, 1995:33). Los medios no hablan de hechos concretos y fácticos, sino de fantasmas que se enganchan en las fantasías de tales sujetos. Esta característica en particular resulta significativa, pues señala que de una u otra forma los mensajes que se transmiten trastocan al auditorio al no serles ajenos, pues se encuentran inscritos en su entorno fantasmático. Esta desterritorialización del acontecimiento por obra de los medios produce sensaciones de inaprehensibilidad que hacen que el miedo sea inconmensurable. Esta emoción ya no tiene un lugar fijo que puede estar en cualquier lugar, cualquier otro puede ser un riesgo para el sujeto pues tiene la supuesta capacidad de producir daños y atentar contra su integridad; con ello el miedo se fortalece dentro del tejido social.

Hasta aquí podría parecer que los medios de comunicación atentan de manera deliberada en contra de la población y que son los productores de un plan que intenta acabar con todo sujeto. La lógica que norma la manera en la que la información es transmitida motivando miedo puede obedecer también al objetivo de llamar la atención, en muchas ocasiones y no específicamente a la premeditación y al deseo de infundir terror dentro de la población.

De cualquier manera, la mayor parte de los periódicos, de las televisoras, de las radiodifusoras y de otros espacios comunicativos necesitan mantener o incrementar su audiencia para seguir vigentes. El miedo resulta ser una herramienta muy útil para lograr dicho objetivo. Las imágenes violentas, la creación de enemigos comunes, las grandes cantidades de manuales y demás paliativos ofrecidos por los medios son algunos de los elementos que hoy en día más venden.

Analizando el porqué los consumidores atienden en este tipo de mensajes difundidos por los medios se llega a una cuestión fundamental: si el miedo se vende es porque hay consumidores; hay un eco en los sujetos que sostiene este tipo de prácticas y discursos. Es decir, el miedo no es algo producido únicamente por factores externos ajenos al sujeto; los medios de comunicación no siempre se han propuesto deliberadamente infundir miedo entre la población, sino que apelan a él como una herramienta que constantemente muestra su eficacia. “Esto nos muestra que el papel central jugado por los medios en la globalización del miedo no se debe sólo al poder de los propios medios, sino también a la silenciosa complicidad del público” (Ordóñez, 2006: s/p).

Cabe aclarar que esto no significa que los efectos producidos por el miedo no sean utilizados para favorecer a ciertos grupos. La administración del miedo resulta ser una valiosa herramienta para mantener el control social, pues en situaciones en las que éste nos invade tendemos más a adoptar una actitud estática de constante alerta en espera de los acontecimientos en vez de adoptar una actitud activa y creativa.

Uno de los problemas a los que los sujetos se enfrentan al combatir el miedo es que los procedimientos a los que recurren son formas veladas de aquello a lo que se intenta dar batalla. De una u otra forma el sujeto no logra descolocarse de ese lugar donde la situación de miedo lo posiciona y le ofrece ventajas. Aquí cabría preguntar: ¿cómo puede situarse el sujeto en un lugar diferente de los discursos y las prácticas del miedo para así poder tomar acciones en esta batalla? o ¿cómo luchar contra el miedo de no ser competitivo sin apelar a él como herramienta de protección? Estas preguntas resultan de gran relevancia y pertinencia en el contexto actual, ya que constantemente la única manera de sobrevivir es inspirando un miedo mayor al ya producido por otros. Esta postura ante la realidad propicia círculos de los que muy difícilmente se puede salir, ya que resulta ser el justificante de nuestras acciones y actitudes, deslindándonos de toda responsabilidad y compromiso.

Sin embargo, el miedo traspasa los límites que propone esta lógica. Muestra de ello lo ofrecen diversos sucesos que han tenido lugar en la sociedad y que señalan a cada momento cómo poco a poco y de manera casi imperceptible se reblandece el tejido social y los vínculos que lo sostienen, tornándose vulnerables ante la realidad que los avasalla. El miedo a no cumplir con el ideal que al sujeto se le ha pedido y la competitividad que ello genera atenta directamente contra la confianza que puede existir entre los sujetos. Desde esta lógica, cualquiera podría ser la próxima víctima y cualquiera el agresor. Como ya se mencionó, es necesario cuidarse del otro porque él representa un riesgo, el de quedar proscrito al ser desplazado por el otro.

Nos encontramos en una crisis permanente que circula por todas partes, en los medios de comunicación, entre los dirigentes y en el pueblo donde las propias dinámicas sociales lo van desdibujando. El miedo es una cuestión que afecta tanto a la dinámica social como a la subjetiva individual; nos afecta por la forma como lo incorporamos y lo hacemos jugar dentro de las prácticas sociales; no es algo que produzcan sólo los medios de comunicación

de manera independiente, sino que éstos lo ponen a circular y lo difunden masivamente.

## Conclusiones

Las respuestas de los sujetos ante determinada situación imaginaria o real, de un peligro, de un acontecimiento percibido como amenaza para la preservación de su integridad física o emocional no pueden reducirse únicamente a su dimensión biológica; es decir, a los efectos que van desde la liberación de agentes bioquímicos hasta las meras respuestas motoras, pues esto limitaría la visión sobre el fenómeno del miedo. Esta emoción genera y libera en los individuos un tipo de energía que tiende a constituir defensas frente a situaciones de riesgo. No obstante, estas defensas no son una mera reacción natural, sino que son construidas con base en la experiencia que el sujeto ha adquirido en el devenir de su vida. La amenaza que pesa sobre el sujeto de ser eliminado si no se incorpora al sistema de competencia, constituye una de esas experiencias sutiles y cotidianas que parecen animarlo a superarse, pero que en realidad lo atemorizan constantemente con el peligro de la exclusión. La defensa en muchos casos ante tal peligro construido corporativamente es la represión de los propios intereses e iniciativas y la conformación social.

El miedo es una parte constitutiva de la psique humana que puede encontrarse fundado en experiencias traumáticas o en acontecimientos de gran intensidad ante los cuales el sujeto no ha sido capaz de responder en forma adecuada. Muchas de estas situaciones tienen lugar en la más temprana infancia y se relacionan con la sensación de desamparo, con la pérdida, con el sentimiento de soledad, con la enfermedad, con la muerte, con la locura, con el temor a no ser o a dejar de ser, etcétera. Cabe aclarar que tales miedos no tienen que ver necesariamente con situaciones reales, sino que en gran parte de las ocasiones se anudan con la fantasía de cada sujeto y esto es lo que los potencializa o los minimiza. La competencia sobre y en oposición al otro se sustenta entonces en miedos humanos iniciales. Las instituciones se presentan como entidades que sustituyen a la madre, quien oferta el encargarse de la subsistencia de sus trabajadores a cambio de que éstos peleen y compitan entre ellos para tratar de ofrecerle la ofrenda más agradable. Quien lo haga conjurará por un tiempo el peligro de ser eliminado.

Este miedo real o fantaseado es retomado en ocasiones por la dinámica y el discurso de los medios de comunicación masiva, que manipulan la información de forma tal que hacen que acontecimientos poco amenazadores adquieran un matiz totalmente aterrador y en consecuencia el impacto que tales informes tienen dentro de la población resulta negativo pero útil a empresas, instituciones y grupos de poder.

El miedo entonces se ha convertido en una poderosa herramienta empleada por los medios de comunicación que juegan con nuestros más profundos temores, aumentando la creencia de que somos aún más vulnerables. El miedo a perder vida, salud, bienestar, posición social, a no cumplir con el ideal que se promueve socialmente son algunos de los motores que generan en el sujeto cierta sensación de incertidumbre y que, al mismo tiempo, hacen que vea a los demás miembros de la sociedad como factores de riesgo, tornando peligrosos a todos aquellos con los que tenga que competir, si es que queremos llegar a ser, o seguir siendo.

La relación que se genera entre los medios de comunicación y el público espectador se constituye en varios planos. En un primer momento podría parecer que la finalidad de dicho vínculo es la mera transmisión de datos. Sin embargo, con base en lo antes expuesto, puede asentarse que la relación que se genera no se limita únicamente a la tarea informativa, sino que sirviendo a los grandes intereses económicos a través de los medios de comunicación se promueven diversas emociones en los sujetos espectadores, quienes las incorporan, significan y ponen a jugar en su vida cotidiana, siendo el miedo uno de los instrumentos más poderosos para lograr tanto el sometimiento como el control de las masas.

En este mundo bien comunicado y donde los datos se transmiten a velocidades cada vez mayores gracias a las nuevas tecnologías, estar informado ya no nace espontáneamente del interés de saber, sino que es sinónimo de ser más competitivo. De esta manera se le ofrece al público la ilusión de tener un mayor poder si permanece bien informado, lo que se traduce en convertirse en simpatizante de los informes transmitidos por los medios. Informarse y estar al día en las programaciones de estos medios se ha vuelto casi una obligación, lo cual impone a la población la necesidad creada de presenciar las transmisiones de los medios. Sin embargo, la mayor parte de las opiniones que se presentan al auditorio ofrecen y dirigen datos convenientes a ciertos grupos que amedrentan al público y construyen en él realidades favorables a

los intereses de los poderosos. Es decir, los medios masivos de comunicación sirven a los grupos en el poder pues son quienes los sostienen.

Ante esta realidad avasalladora el sujeto tiene la posibilidad de actuar, de incidir en aquellas prácticas que intentan anularlo. Por esta razón una alternativa ante tal problemática puede ser limitar el manejo monopólico de la información detentado por ciertos medios de comunicación. Otra de las posibles alternativas es la toma de conciencia de las formas de manipulación emocionales, en especial las que utilizan el miedo y a las que se encuentra expuesto el sujeto; hay que concientizarlo del resultado que tales manipulaciones tienen en su vida cotidiana, así como de las consecuencias que acarrea tanto a los individuos como a las sociedades el trabajar, el vivir compitiendo con el otro, ganando un lugar para poder sobrevivir. En este sentido es recomendable una cultura de trabajo con base en la satisfacción por los propios logros y atención de nuestras necesidades, promoviendo el apoyo mutuo en lugar de la competencia, excluyendo el acaparamiento irracional y excesivo de poder o de capital; así contribuiremos a contar con pueblos más seguros.

Ante la competencia que crea este tipo de discursos es necesario tomar acciones que tiendan a favorecer y a fortalecer el tejido social; acciones que generen lazos y espacios de confianza, donde el otro no simbolice únicamente un riesgo. Estos espacios pueden crearse a partir de los mismos medios de comunicación; ejemplo de ellos son las áreas alternativas que han surgido por la necesidad del sujeto social de reapropiarse, deconstruir y reencuadrar la información que ha sido manipulada, así como los espacios de resistencia donde se da voz a una parte de la sociedad que carecía de ella.

## Bibliografía

- Bauman, Zygmunt (2005), *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*, Paidós, España.
- Bentham, Jeremías (1980), "El ojo del poder, entrevista con Michel Foucault", en *El panóptico*, La Piqueta, Barcelona (traducción de Julia Varela y Fernando Álvarez-Uría).
- Ferrater Mora, José (2001), *Diccionario de filosofía*, Ariel, Barcelona.

- Freud, Sigmund (2003), "Introducción al narcisismo", tomo XIV, *Obras completas*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Ordoñez, Leonardo (2006), "La globalización del miedo", *Revista de Estudios Sociales*, núm. 25, Bogotá, pp. 95-103.
- Ramos, Luciana y Ma. Teresa Saltigeral (1995), "El miedo a la victimización y su relación con los medios de comunicación", revista *Psicología y Salud*, núm. 1, Universidad Veracruzana, México.
- Roldán, Ingrid (2007), "Miedo a hacer el ridículo", en *Psicología. Seminario de Prensa Libre*, núm. 160, Guatemala.

Recibido en mayo de 2009

Aprobado en julio de 2009