

NUEVAS FORMAS DEL MIEDO EN EL ESCENARIO INTERNACIONAL. REFLEXIONES SOBRE LA CULTURA MEDIÁTICA

NEW FORMS OF FEAR ON THE INTERNATIONAL STAGE. REFLECTIONS ON MEDIA CULTURE

Rodrigo Bruera

Universidad Nacional de Córdoba
rodrigo.bruera@unc.edu.ar



Rodrigo Bruera es Licenciado en Comunicación Social egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), y actualmente está realizando su tesis de Maestría en Relaciones Internacionales del Centro de Estudios Avanzados de la Facultad de Ciencias Sociales (FCS) de la UNC. Su proyecto de investigación Miedo y medios: Venezuela y Estados Unidos en la Cultura del Miedo (2002-2018) es financiado con una Beca de Maestría por la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SeCyT) de la UNC. Se desempeña como docente en la cátedra Historia Social Contemporánea, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC.



Resumen || El presente trabajo propone una reflexión sobre el surgimiento de nuevas formas del miedo y el terror que brotaron en el mapa internacional a partir del 11-S. Los medios informativos, más que nunca antes en la historia, se han convertido en un espacio de construcción de discursos sociales que no reflejan sino que refractan la realidad del escenario internacional del siglo XXI.

El abordaje de este tema se realiza desde la cultura mediática, que puede ofrecernos algunas herramientas para reflexionar sobre el rol de los medios en la construcción de esos discursos.

Palabras clave || Miedo, Cultura mediática, Medios de comunicación, Estudios Internacionales

Abstract || This paper proposes a reflection on the emergence of new forms of fear and terror that sprouted on the international map as of 9/11. The news media, more than ever before in history, have become a space for the construction of social discourses that do not reflect but rather refract the reality of the international scene of the 21st century.

The approach to this issue is carried out from the media culture, which can offer us some tools to reflect on the role of the media in the construction of these discourses.

Keywords || Fear, Media culture, Media, International Studies



1. La importancia del giro afectivo en los estudios internacionales

En los últimos años se ha producido un inédito viraje de lo textual a lo afectivo en las ciencias sociales. Aquel giro lingüístico que caracterizó a los estudios de investigación en el siglo XX, hoy se ve en cierta manera opacado por el surgimiento del denominado giro afectivo, nacido a finales del siglo pasado y comienzos de este. Se trata de un momento en el que los estudios antropológicos, sociológicos, literarios, políticos, culturales, comunicacionales, entre muchos otros, manifestaron un interés inédito en el estudio de las emociones, afectos y sentimientos. Coincidimos con Boria y Barei (2020: 9) en que el giro afectivo “recupera la sociabilidad de los afectos y los estudia como una suerte de economía de las emociones en donde aquéllos juegan un rol fundamental”, por lo que en la actualidad resulta fundamental realizar un esfuerzo por reconfigurar la producción del conocimiento en pos de profundizar en esa emocionalización.

Entendemos que, a comienzos de la tercera década del siglo XXI, estamos en un momento en el que se ha configurado una especie de esfera pública de las emociones, en la que los medios de información, a partir de la construcción y reproducción de nuevas subjetividades, se han logrado permear de manera exitosa en la vida social y política (Arfuch, 2016). En este contexto, esos nuevos imaginarios creados y reproducidos a partir de discursos mediáticos han logrado traspasar las barreras territoriales y se han transformado en discursos que circulan de manera internacional y transnacional de manera permanente.

En el marco de las discusiones sobre el estudio de las relaciones internacionales y sus debates en el presente siglo, particularmente dentro del denominado cuarto debate, podemos reflexionar

sobre la posibilidad real y concreta de estudiar los afectos y las emociones como posibles categorías de análisis. Una serie de estudios que nos parece pertinente recuperar como antecedente son los propuestos en la compilación de Maéva Clement y Eric Sangar (2018), llamada *Researching emotions in International Relations*, en la que recolectan trabajos de investigación, metodologías y experiencias cuyo foco está puesto en el estudio de las emociones en el marco de las relaciones internacionales.

Entendemos, en este sentido, que podemos pensar nuevos abordajes desde las Relaciones Internacionales tendientes al estudio de los afectos y emociones en dos sentidos: el primero, como herramientas metodológicas útiles para analizar el escenario internacional; el segundo, como alternativa para visibilizar el carácter performativo de los discursos y las teorías en pos de la identificación de los prismas ideológicos que subyacen de ellos. Para esto nos valdremos de algunos autores provenientes de los estudios culturales, con quienes podemos hacer ciertos cruces desde perspectivas críticas de los estudios internacionales. A esto nos abocamos en el siguiente apartado.

2. Apuntes sobre el posmodernismo como pauta cultural dominante

Fredric Jameson (1995), en su obra *El Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, nos propone pensar una clasificación histórica del desarrollo del capitalismo, tomada de Ernest Mandel, que distingue tres etapas claves de la evolución de ese sistema de producción. Una mercantil, situada a mediados del siglo XIX, surgida del desarrollo de la máquina a vapor; una imperialista, a finales de ese siglo, caracterizada por una fuerte tendencia hacia la expansión territorial a partir de



una superproducción basada en la producción mecánica de motores eléctricos y combustión; y una multinacional (o tardía), surgida en los cuarenta del siglo XX aproximadamente, caracterizada por la producción mecánica de ingenios electrónicos y nucleares.

La relación entre estas tres etapas supone una expansión dialéctica con respecto a la etapa inmediatamente anterior, por lo que se considera que la etapa del capitalismo tardío constituye "(...) la forma más pura de capitalismo de cuantas han existido, comportando una ampliación prodigiosa del capital hasta territorios antes no mercantilizados" (Jameson, 1995: 81). En este sentido, existe una propuesta triádica que recupera la idea marxista de "mercado mundial" como horizonte final del capital, en la que ubica a este sistema de producción en el momento de mayor apogeo en toda la historia.

Jameson (1995) caracteriza la expresión cultural dominante de cada etapa histórica y resalta al realismo como expresión estética correspondiente a la fase originaria del capitalismo, al modernismo como movimiento estético asociado a la fase imperial, y al posmodernismo como la pauta cultural actual. Al analizar los fenómenos culturales, Jameson (1995) considera en el arte en general y en la arquitectura, la pintura y la literatura en particular cómo se manifiestan algunos de los elementos que caracterizaron (o siguen caracterizando) a las etapas históricas mencionadas. Entonces, el camino del modernismo hacia el posmodernismo es explicado por el autor como un "triunfo del populismo estético" (Jameson, 1995: 11), es decir, como la ruptura, el desvanecimiento y la caída de las fronteras entre una cultura de élite y una cultura popular y masiva.

Para Jameson (1995), entonces, el posmodernismo es la pauta cultural dominante del capitalismo en su fase tardía y, entre muchas otras

características, tiene en su formación al mercado y los *mass media* como expresiones principales. Como afirma el autor:

Toda esta cultura posmoderna, que podríamos llamar estadounidense, es la expresión interna y superestructural de toda una nueva ola de dominación militar y económica norteamericana de dimensiones mundiales: en este sentido, como en toda la historia de las clases sociales, el trasfondo de la cultura lo constituye la sangre, la tortura, la muerte y el horror. (Jameson, 1995: 19)

Por primera vez en la historia política, social y cultural de la humanidad, estamos ante una configuración de la esfera cultural que responde a formas y movimientos estéticos y culturales de un país: Estados Unidos. Ahora pondremos foco especialmente en una de las expresiones principales del capitalismo tardío, como son los medios de comunicación, procurando retomar algunos aportes desde la perspectiva crítica de las Relaciones Internacionales en vinculación con las nociones de cultura mediática y la utilización del miedo como herramienta de construcción de discursos en el escenario mundial.

3. Los medios y las nuevas formas del miedo en el escenario internacional

Desde una perspectiva crítica de las Relaciones Internacionales, Robert W. Cox (2014) sostiene que la visión de las teorías que dominan los estudios de la disciplina tiende a invisibilizar a las fuerzas sociales posibles de cambio y a propiciar el sostenimiento del *statu quo*. En este sentido, toda teoría que se enmarca en un espacio y tiempo histórico y político particular está posicionada desde una perspectiva, por lo que no existe la posibilidad



de pensar a las teorías fuera de alguna perspectiva. Esta idea es clave porque si hay alguna teoría que se precie de estar separada del espacio y el tiempo, Cox (2014) dice que será necesario examinarla en detalle, para intentar poner al descubierto su ideología oculta.

Cox (2002) también avanza hacia una conceptualización política y hermenéutica, poniendo en tensión aquello que se entiende como "orden mundial", desde una perspectiva transdisciplinar y holística. Presenta una propuesta para evaluar los conflictos de carácter internacional a partir de una disputa permanente entre fuerzas sociales (como las capacidades materiales, las instituciones y las ideas) que emergen no solo de la relación entre la sociedad y el Estado sino también desde las relaciones económicas, y que están en una "situación de choque" (Cox, 2014: 141). De esta manera, Cox echa por tierra la idea de que el orden mundial sea el conjunto de las esferas política, económica, social y cultural, determinado por ciertas dinámicas de poder que surgen de grandes crisis.

El autor realiza, entonces, una indagación que resulta pertinente para identificar cómo la dinámica del orden mundial está lejos de ser consecuencia de impulsos individuales (del Estado) sino que se trata, en realidad, de una interrelación compleja de fuerzas que parecieran actuar de manera independiente (Gómez Ponce, 2019).

Retomando la línea de pensamiento de Cox (2002; 2014) entendemos a los medios como instituciones complejas que, en tanto actores no estatales, buscan universalizar y homogeneizar ciertas ideologías a través de la materialidad de sus discursos, como una manera de "estabilizar y perpetuar un orden particular", dando lugar a lo que Cox (2014: 142) llama "imágenes colectivas consistentes con las relaciones de poder". En este sentido entendemos que existe una relación directa

entre estas imágenes colectivas que son construidas por las instituciones con aquello que Gramsci llama hegemonía. Los medios, como instituciones complejas que son, colaboran en la elaboración de ideas e ideologías que consolidan espacios hegemónicos.

Desde esta perspectiva de trabajo, consideramos necesario pensar y construir herramientas, desde las Relaciones Internacionales, que procuren identificar esos prismas ideológicos desde los cuales se intenta moldear la percepción colectiva y detectar el carácter performativo de los discursos que circulan en los medios.

Las nuevas formas del miedo aparecen de lleno a partir del 11-S, momento bisagra en el comienzo del presente siglo. A partir de allí comenzaron a reconfigurarse las conceptualizaciones sobre la idea de cultura del miedo, noción que está en permanente construcción no solo a partir de ese hecho social que marcó cambios profundos en el mapa de las relaciones políticas e internacionales, sino desde antes, a partir de la injerencia de los Estados Unidos en Colombia, durante la década de 1990, en la denominada "Lucha contra el narcotráfico".

En la actualidad, es necesario continuar repensando a la cultura del miedo, en un escenario atravesado por la pandemia de Covid-19 que azota al mundo y en el que convergen diversos discursos sobre el miedo desde distintos aspectos: el miedo a salir a la calle, el miedo a enfermarse y morir, el miedo a las vacunas, pero fundamentalmente el miedo que circula en los discursos sociales y mediáticos como herramienta para la construcción de ideologías.

4. La cultura mediática como herramienta conceptual para el análisis internacional

Partimos de considerar a la cultura mediática en los términos de Kellner (2011: 8) como "una forma



de tecnocultura, que fusiona cultura y tecnología en formas y configuraciones nuevas, produciendo nuevos tipos de sociedades donde los medios y la tecnología se convierten en principios organizadores". Así como nos referimos previamente a la importancia de los medios en la vida posmoderna cuando repasamos algunas ideas de Arfuch (2016) y Jameson (1995), entendemos que los productos de las industrias culturales como la radio, la televisión, el cine, y actualmente las plataformas digitales nos ofrecen modelos de lo que es el éxito o el fracaso, el poder o la debilidad, lo bueno o lo malo, lo masculino o lo femenino. En este sentido la cultura mediática se trata de "una forma de cultura comercial y sus productos son mercancías que tratan de atraer el beneficio privado, producidas por multinacionales gigantescas interesadas en la acumulación del capital" (Kellner, 2011: 8).

Los estudios culturales en general y la noción de cultura mediática en particular nos permite identificar algunas configuraciones ideológicas que se desprenden del lenguaje performativo que se construye desde los medios. Al respecto, el escenario internacional no es la excepción. La integración entre la producción estética actual y la producción de mercancías en general se ve reflejada en el ámbito de las empresas de telecomunicaciones, donde el servicio de la comunicación como derecho se deja de lado y la comunicación pasa a ser ni más ni menos que una mercancía. Por este motivo vamos a coincidir con Kellner (2011: 11) cuando afirma que:

Los textos culturales de los medios no son meros vehículos de ideología dominante, ni entretenimiento puro e inocente. Más bien, son un artefacto complejo que encarna discursos políticos y sociales, cuyo análisis e interpretación requieren métodos de lectura y crítica que articulen su inserción en la economía política, las relaciones sociales y el

entorno político en el que son producidos, circulan y son recibidos.

El sistema mediático, en la actualidad, se caracteriza por un fuerte sesgo monopólico, por la elaboración de estrategias comerciales de los bienes simbólicos, por la subordinación de los intereses culturales a los mercantiles, por una retórica casi nada convincente de las corporaciones de medios sobre la libertad de expresión y por la pérdida de credibilidad de la prensa y sus implicancias para el sistema democrático (De Moraes, 2013). En ese sentido, el propio sistema mediático está desempeñando un rol doblemente estratégico: por un lado, como agente discursivo de la globalización y el neoliberalismo – ya que no solo busca legitimar un ideario global sino que también lo convierte en un discurso social hegemónico, a partir de la propagación de valores y modos de vida que dejan al mercado la responsabilidad de la solución de las demandas colectivas–; por otro lado, como agente económico –ya que factura en todo el mundo millones y millones de dólares, a partir de participaciones cruzadas de negocios de telecomunicaciones, informática y audiovisual, entre otros– (De Moraes, 2013).

5. Reflexiones finales

Los estudios internacionales aún no han podido dar cuenta de ciertos fenómenos que están atravesando la política y el escenario internacional del siglo XXI. Entendemos que, en una disciplina como las Relaciones Internacionales, "(...) los instrumentos de análisis, conceptos, categorías y perspectivas, necesariamente deben variar" (Cuadro, 2013: 108). De lo contrario la disciplina terminará por convertirse, tarde o temprano, en una mera reproductora de teorías, conceptos, categorías e instrumentos de



análisis vetustos, sin ningún tipo de anclaje con la realidad actual.

Desde aquí entendemos que el posestructuralismo (dentro del que podemos considerar tanto los aportes de Jameson y Kellner como de Cox, más allá de sus diferencias y heterogeneidades) no solo es un enfoque crítico sino que logra atravesar campos teóricos diferentes, cosas que para Cuadro (2013: 127) “[...] [son] absolutamente necesarias dado el contexto mundial político, social y económico actual”. Asimismo, logramos identificar al análisis del discurso como herramienta conceptual y metodológica posible para detectar las operaciones ideológicas creadas por el discurso mediático. Teniendo en cuenta que el discurso ocupa un lugar muy importante en el conocimiento, resulta necesario destacar su carácter performativo, es decir, la idea de que el discurso no refleja la realidad sino más bien que la construye (Cuadro, 2013).

Las nuevas formas del miedo y el terror se han convertido en nuevas formas de hacer política e, indefectiblemente, esto tiene repercusión en el entramado cultural. Queda en manos de las nuevas investigaciones internacionales analizar cómo se van (re)configurando las políticas transnacionales y sus vicisitudes posibles.

Referencias bibliográficas

- ARFUCH, Leonor (2016). “El ‘giro afectivo’. Emociones, subjetividad y política”. En: *De Signis*, 24, pp. 245-254. Recuperado de <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/05/i24.pdf>.
- BORIA, Adriana y BAREI, Silvia. (2020). “La cultura del miedo: el control de las emociones”. En: *Estudios*, 43, pp. 9-14. Recuperado de <https://doi.org/10.31050/re.vi43.27946>.
- COX, Robert W. (2002). *The Political Economy of a Plural World. Critical reflections on power*. New York: Routledge.
- COX, Robert W. (2014). “Fuerzas sociales, estados y órdenes mundiales: Más allá de la Teoría de las Relaciones Internacionales”. En: *Relaciones Internacionales*, 24, pp. 129-162.
- CUADRO, Mariela (2013). “El posestructuralismo en las Relaciones Internacionales: una perspectiva alternativa”. En LLENDERROZAS, Elsa (Coord.), *Relaciones Internacionales: teorías y debates* (pp. 107-130). Buenos Aires: Eudeba.
- DE MORAES, Denis (2013). “Presentación”. En: DE MORAES, Denis; RAMONET, Ignacio; y SERRANO, Pascua. *Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información* (pp. 11-18). Buenos Aires: Biblos.
- JAMESON, Fredric (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- KELLNER, Douglas (2011). *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid, Ediciones Akal.

Fecha de recepción: 7 de junio de 2021.

Fecha de aceptación: 30 de junio de 2021.