

RÉGIS DEBRAY, *L'État séducteur: les révolutions médiologiques du pouvoir*, París, Gallimard, 1993, 198 páginas.

MATEO MACIÁ

Régis Debray aborda en *L'État séducteur* una reflexión en profundidad sobre la forma en que los nuevos medios de comunicación de masas audiovisuales están transformando el poder y su imagen. La publicación de este trabajo culmina provisionalmente el proceso intelectual abierto por el autor con sus libros *Cours de médiologie générale* (1991) y *Vie et mort de l'image* (1992), recientemente traducido al castellano (*Vida y muerte de la imagen*, Barcelona, Paidós, 1994).

Debray (1940), tras haber participado en movimientos revolucionarios en América Latina y conocido alguna prisión militar –puede leerse una reflexión sobre su propia evolución intelectual en la Introducción (págs. 15-66) a la *Crítica de la Razón Política* (Madrid, Cátedra, 1983)– inició desde su vuelta a Francia una serie de publicaciones numerosas y diversas, en torno a la izquierda y sus problemas (*La crítica de las armas*, *Demain l'Espagne*, *Lettre aux communistes français et à quelques autres*, etc.), de contenido literario (*Le Neige brûle*, *Comète ma comète*, *Éloges*, *Les masques*) y de teoría y crítica social e intelectual (*Crítica de la razón política*, *La puissance et les rêves*, *Les empires contre l'Europe*, *Le pouvoir intellectuel en France*, *A demain de Gaulle*). Independiente políticamente, durante una etapa fue asesor del Presidente de la República François Mitterrand.

L'État séducteur se estructura en cuatro grandes apartados. El primero de ellos está dedicado a la revolución fotográfica.

En la nueva era, el poder, el Estado, deben verse «físicamente»: «...una Asamblea, incluso nacional, es demasiado colectiva para entrar en el cuadro y dar la imagen. La televisión desplaza la función representativa de encarnación a la cumbre del Estado: presidente o primer ministro» (pág. 23) «... la telepresencia tiende a confundir el símbolo jurídico y el individuo físico» (pág. 26). La televisión no permite, sin embargo, el «maquillaje» de la «persona/personalidad», como lo hacía la pintura. Debray se refiere al pintor Le Brun, que hacía del minúsculo Luis XIV un gigante en sus cuadros. Baste pensar en nuestro ámbito en la iconografía pictórica del general Franco en la posguerra –que lo presenta como un hombre atlético y sereno y con vistosos e historiados uniformes– y la imagen televisiva, aunque muchos años después, de la misma persona. Esa «presencia» física a través de los medios resta trascendencia. Uno de los grandes retos del poder es precisamente adaptar su simbología a los cambios mediáticos.

La «comunicación» del Estado se convierte en uno de los elementos esenciales de su acción. El gobierno debe acompasar su marcha a lo que le marcan los medios de acuerdo con la función de agenda –la *agenda-setting function* de los teóricos norteamericanos de la *mass communication research*– que éstos tienen. Paralelamente, la política se «despolitiza» y pierde rigidez y ritual. Las cámaras «entran» en el domicilio de los gobernantes. Los reportajes en «Hola» sobre Adolfo Suárez o Felipe González, el programa de televisión de Selina Scott sobre el Rey son buena muestra en España de lo que Debray señala. Estas imágenes hasta ahora desconocidas de los gobernantes son «índices»: «una foto no es un símbolo, como una palabra, ni un icono, como un cuadro. No corresponde a una intención, sino a un efecto mecánico, la captura automática de un rayo luminoso» (pág. 32), escribe Debray. Todo ello se traduce en un predominio de lo «indicial» sobre lo «simbólico» y lo «escritural» en la imaginería del Estado. Acogiéndose a la vieja distinción de Peirce (de Charles S. Peirce puede verse en español *Obra lógico-semiótica*, Madrid, Taurus, 1987) Debray habla de índice o icono cuando la relación signo/referente es motivada (fotogra-

fía vídeo...). En el caso de los símbolos, la relación signo/referente es arbitraria, como ocurre con la escritura. El mundo anterior era de omnipresencia de lo simbólico y lo escritural y el mundo comunicativo actual es un mundo indicial. Muchas de las ideas expuestas en estas páginas están tomadas –y así lo reconoce Debray– de la tesis doctoral de Sylvie Merzeau (*Du scripturaire a l'indiciel. Texte, Photographie, Document*. Tesis dirigida por Nicole Boulestreau (1993). Universidad de París X-Nanterre).

Debray apunta también cómo las artes que podrían llamarse «de interés nacional» –en la medida en que están codificadas en la lengua del país (teatro, literatura, poesía...)– se desvanecen ante las artes «de interés mundial», no codificadas lingüísticamente (música, danza, pintura, escultura...). Paralelamente, el consumo de «audiovisual» se ha convertido en la primera actividad de los ciudadanos. Por tanto, el Estado debe hacerse presente a través de los nuevos medios y ya no sólo mediante el «Diario Oficial», en la medida en que cada vez se lee menos en general. La lógica del Estado francés republicano-jacobino era una lógica de la escritura, lo que no evitaba que fuera a la vez un estado teatral en cuanto a la presentación/representación de su poder.

Los medios audiovisuales condicionan también una nueva selección de los políticos. La «telegenia» se convierte en una de las condiciones imprescindibles de los candidatos y los elegidos: aspecto agradable y verbo fácil. Se trata de algo mucho más complejo que la simple «fotogenia». El poseerla supone actualmente el «certificado de aptitud» de la clase política. Entre estos «caballeros mediáticos» se reclutan los nuevos políticos que desplazan a la vieja «nobleza de la palabra»: juristas, escritores, periodistas, profesores, oradores...

El segundo gran apartado del libro se titula «Del Estado-escrito al Estado-pantalla». A cada una de las eras mediáticas o «mediosferas», escribe Debray, corresponde un medio de transmisión dominante. A la era de la oralidad, la Iglesia, a la era de

la escritura, la Escuela y a la era de la imagen, la televisión. La logosfera produjo el **soberano fabulador**, la grafosfera el **Estado educador** y la mediosfera el **Estado seductor**.

El Estado en sí es invisible y, precisamente por eso, debe «hacerse ver» a través de los medios de comunicación. La televisión «no ha cambiado nada y ha transformado todo (...) ni ha inventado ni ha arruinado la retórica en tanto que ejercicio de la palabra persuasiva. La ha redefinido, como el libro impreso redefinió el «arte de la memoria» y especialmente las normas de transmisión del saber que tenían más de dos mil años de antigüedad» (pág. 64). También las formas de difusión de información del Estado cambian: de los actos ritualizados de la monarquía, que operaban como verdaderos desencadenantes en una estructura piramidal que llegaba hasta el último pregonero rural, se pasa a la escritura y la escuela como vehículos esenciales de transmisión de la información. En cualquier caso, la capacidad de difusión estaba todavía en manos del Estado.

El «Estado educador» fue una creación de la Revolución francesa. Un estado cuyo arco de bóveda es el sufragio universal debe estar formado por ciudadanos sabios o, al menos, letrados. Y eso sólo podía conseguirse a través de la escuela. Como señalara Condorcet, «no hay más que tres medios generales de influir en el espíritu de los hombres: las obras impresas, la legislación y la educación» (cita de Debray, págs. 93-94). Sin embargo, el modelo escolar levantado por la Revolución está también en crisis ante los nuevos medios de comunicación. La institución transmisora de información por excelencia –incluso durante la infancia y adolescencia– no es ya la escuela, sino la televisión.

El tercer apartado se centra en el estudio del predominio de «lo indicial» en las sociedades (post)modernas. Un primer síntoma se encuentra, precisamente, en la primacía de la «cultura» sobre la «educación». Debray compara dos normas jurídicas culturales: el decreto «Malraux» (1959) y el decreto

«Lang» (1981). En el primero, se habla de «hacer accesibles las obras capitales de la Humanidad, y en primer lugar de Francia, al mayor número posible de franceses». En el segundo, de «permitir a todos los franceses cultivar su capacidad de inventar y de crear, de expresar libremente sus talentos». Debray comenta que Malraux ofrecía a los franceses la memoria del mundo, la Historia con mayúsculas en definitiva, mientras que Lang prometía a todos la eterna juventud del mundo (crear, inventar) «cuya repetición sin fin se llama Fiesta». La Obra (de arte, cultural en general) «es una producción de sentido; el Documento una secreción de la Vida. Todos los ritornelos sobre los valores de la expresividad, la espontaneidad, la creatividad, el florecimiento, etc., modelan febrilmente el paradigma indicial» (pág. 110).

Debray estudia también lo «humanitario» como síntoma. Lo «visual» se constituye en una especie de esperanto unificador: «la credibilidad del mensaje humanitario no le viene fundamentalmente de ubicuidad y de la instantaneidad de las transmisiones, sino de la **deslocalización de lo local** y de la **des-temporización del tiempo** por el espacio-tiempo de la videoesfera. La imagen en estado bruto que es el «índice» no conlleva indicación geográfica ni cronológica. La imagen de una hambruna en Somalia, de una matanza en Bosnia, de un terremoto en Armenia, no se nos impone como de Somalia, Bosnia o Armenia. Lo visual habla todas las lenguas, porque no habla ninguna. Ante nuestra pantalla estamos en todo momento en nuestra casa y la oposición nacional/extranjero no es pertinente» (pág. 119). El actuar se basa en el sentir y el sentir en el ver. Las imágenes pueden mover a ese actuar, pero rara vez cambian la forma de pensar de las personas.

La cultura audiovisual es una cultura del testimonio, más que una cultura del análisis. Poco importa que casi siempre los corresponsales de televisión basen sus crónicas en los periódicos locales. Lo importante es que «digan» sus informaciones desde una calle neoyorkina o una *piazza* romana.

En el mundo audiovisual resulta necesario «crear noticias» en todo momento. Desde el anuncio de las reformas de la enseñanza al comienzo de cada curso escolar hasta las exposiciones temporales en los museos —que terminan siendo más importantes que la propia colección permanente— se da una situación en la que es imprescindible producir información constantemente para estar presente en los medios y, en consecuencia, en la opinión pública: hay que «atrapar el instante al momento, poner el documento en circulación, doblar inmediatamente el acto en su relato» (pág. 139). El Estado se convierte en un gran narcisista, obsesionado por dejar su huella en todas partes: la fotocopia, el magnetofón y el magnetoscopio facilitan esta tarea. Toda realidad se convierte en documento, el cuerpo social se transforma en depósito de archivo (Merzeau, 1993). Resulta fácil trasladar esta situación a los parlamentos: de un mismo hecho se dispone de un acta taquigráfica, una versión mecanográfica, una edición impresa, una cinta de audio, una cinta audiovisual y unas crónicas en prensa, radio y televisión. El hecho se transforma en documento en unas pocas horas. Si se piensa en los ciclos de transmisión de información de hace unos pocos años, tanto la capacidad como al velocidad asustan.

Los libros, objeto duradero por excelencia, se convierten también en bienes de consumo. No se escriben tanto para ser leídos como para ser mostrados, citados, exhibidos: pensemos en la amplia serie de productos impresos que ha generado la intervención de Banesto en nuestro país. Porque en la videosfera, la naturaleza del libro cambia. De vehículo de cultura, ocio o ciencia pasa a convertirse en objeto social. Los medios tienden a convivir y encontrar un equilibrio ecológico: la oralidad pervive en la era de la escritura y la imagen existe en la era tipográfica. Hoy, aún con el predominio claro de lo audiovisual, todos se entremezclan.

El cuarto y último capítulo de *L'Etat seducteur* va encabezado por el epígrafe *El precio de la audiencia*. Se inicia con una recapitulación. En primer lugar, la velocidad de transmisión

hace que cualquier operación deba ser rápida: guerra del Golfo, Ruanda, Haití... En segundo lugar, se impone lo transnacional, lo transfronterizo, incluso en la misma Administración: importancia creciente de los Ministerios de Cultura o Asuntos Sociales o del de Economía –siempre atento a la recuperación en Europa o los Estados Unidos– frente a los de Defensa, Transportes, Administración Pública y otros de alcance nacional. En tercer lugar, se da una pérdida de valor de los «colectivo» y personalización creciente de todos los aspectos de la política o la Administración. Por último, se produce un fenómeno de institución de lo real por su representación, de fabricación de los hechos por su relato mediático (pág. 154).

¿Cómo puede el Estado seguir siendo responsable de sus propios actos si ya no tiene capacidad de control sobre su relato? Aunque lo intenta a través de diversas reglamentaciones, el Estado carece de autoridad directa sobre la gran mayoría de los aparatos de mediación. Tal vez de ahí la voluntad de mantener una televisión pública en la mayoría de los países europeos, aunque ya se haya abandonado la prensa estatal o gubernamental. Pero el Estado, en opinión de Debray, como no puede vencer a los medios, se pliega a ellos. Si uno de los problemas centrales del Estado educador era cómo educar a los educadores, la cuestión del cómo seducir a los seductores –con dos subgrupos, intelectuales y líderes de opinión– se convierte en una de las cuestiones fundamentales en el Estado seductor. Se produce así una coproducción del acontecimiento simbólico por el Estado y los medios. La «Expo 92» de Sevilla constituye un buen ejemplo de este fenómeno en España.

Los gabinetes de prensa centran su actividad en separar lo «vendible» de lo que no se podrá vender a los medios. El Gobierno, como tantas veces se denuncia, trabaja a base de sondeos de opinión. Pero no sólo estrictamente en materia política, sino en todos los ámbitos. Va hacia donde las encuestas le señalan. Según Debray, es «como un piloto que confundiese el parte meteorológico en la carta de vuelo».

Sin embargo, en este esquema se dan algunas disfunciones. En primer lugar, la **histeria**: el Estado, a remolque de la actualidad, ya no es el dueño de su «orden del día». Son los medios los que le marcan el ritmo. En segundo lugar, la **multiplicación de las administraciones** competentes –niveles locales, provinciales, autonómicos, centrales...– y la **personalización** (obsérvense en España las constantes alusiones al hecho de que «Pujol se confunde con Cataluña», «el PSOE es más que González»...). En tercer lugar, la **banalización**: cuanto más se comunica, menos se informa. Por último, la **esterilidad**. El mensaje se conviere en el dato. Así, la gente llega a creer que una reforma legislativa, por ejemplo, está concluida en cuanto se comunica a través de los medios que va a hacerse.

L'État séducteur se cierra con unos comentarios sobre lo que Debray llama *diplomatie video*. En videocracia, las relaciones internacionales son básicamente un asunto de la prensa y la televisión. Por otra parte, se convierten en relaciones personales: viajes presidenciales, cumbres europeas, cumbres del G 7... Por otra parte, la mala conciencia occidental se canaliza en muchos casos a través de Naciones Unidas, garante moral –como en el caso de Haití– de las intervenciones militares o humanitarias de las grandes potencias.

Debray concluye que el Estado se ha rendido ante los medios y se ha vaciado de trascendencia. En unas reflexiones finales de tono casi bíblico, propone derribar los muros de la imagen y restituir la palabra a su lugar.

Sorprende en la bibliografía que figura al final del volumen la falta de referencia a cualquier obra que no sea francesa. Muchas de las ideas que expone Debray –aunque no en su formulación concreta– circulan entre los analistas de los medios de comunicación de masas desde hace años. Así, Joshua Meyrowitz o David Altheide han tratado en *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior* (Oxford University Press, 1985) y *Media Power* (Sage, 1985), respectivamente, las cuestiones relacionadas con la exhibición de la vida privada

de los personajes públicos o el poder de los medios frente a los políticos y las administraciones. También Neil Postman, en *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del «show-business»* –reseñado en el número 24 de la Revista de las Cortes Generales– aborda estos temas.

El libro de Debray es un ensayo engarzado con inteligencia y brillantez. A veces excesivamente intelectual, podría decirse que le sobra pensamiento y le falta erudición. Tampoco las ideas expuestas son muy originales. Se trata de temas muy escritos y descritos en la literatura anglosajona sobre los medios desde un punto de vista cognitivo. La oposición cultura oral/escrita constituye el núcleo de la obra de Walter J. Ong (*Oralidad y escritura: tecnología de la palabra*, 1982). Sobre el papel de la imagen en la sociedad actual ha escrito abundantemente Román Gubern en nuestro país.

Por otra parte, durante todo el trabajo se manejan de manera ambigua los conceptos de Estado, Gobierno y Administración. Los medios, en realidad, ejercen su presión directa sobre los políticos en ejercicio, no sobre el Estado, que es algo mucho más amplio. Debray carga las tintas en el poder de los medios, pero parece ignorar la capacidad de los aparatos político-administrativos para influir y manipular las informaciones que éstos reciben. Al fin y al cabo, los medios sólo disponen en la mayoría de los casos de la información que desde esos aparatos se les suministra.

La relación medios-políticos depende en gran medida de los sistemas electorales, aspecto no contemplado en *L'État séducteur*. Un sistema de listas cerradas, como el español, mantiene al margen de la primera línea de los medios a gran parte de la clase política, mientras que los líderes nacionales saturan el espacio/tiempo mediático. En cualquier caso, la simple presencia en los medios no garantiza resultado electoral alguno, aunque sea condición necesaria para obtenerlo. Casos como los de Ruiz Mateos o Jesús Gil en España corroboran esta afirmación: los nuevos «caballeros mediáticos» no siempre triunfan.

Lo más destacable del trabajo es, sin duda, el análisis de la forma en que la circulación masiva de imágenes –fotografía y vídeo– ha transformado los modos de comunicación de poder político. Al fin y al cabo, la radio –el otro gran instrumento de la comunicación de masas contemporáneo– recrea en cierta medida una **mediosfera** anterior, la de la oralidad.

Sin embargo, Debray no aborda en toda su complejidad la cuestión de la definición del estatuto semiológico de la fotografía y la imagen en general. Baste recordar a este respecto las palabras de Roland Barthes en *El mensaje fotográfico* (1961), incluido en *Lo obvio y lo obtuso* (Barcelona, Paidós, 1986): «...la condición puramente “denotativa” de la fotografía, la perfección y plenitud de su analogía, en resumen, su “objetividad” (éstas son las características que el sentido común atribuye a la fotografía), es algo que corre el riesgo de ser mítico (...). Así, pues, la paradoja fotográfica residiría en la coexistencia de dos mensajes, uno de ellos sin código (el análogo fotográfico), y otro con código (el “arte”, el tratamiento, la “escritura” o retórica de la fotografía)».

L'État séducteur se configura así como una visión sugerente y un análisis a veces centelleante, pero otras insuficiente de la cuestión que aborda. En materia de medios y poder, en definitiva las cosas nunca serán como queramos que sean –en el fondo el trabajo de Debray es un alegato contra el poder de los medios– sino como pura y simplemente son.