

La nueva estrategia de control social.

Miedo en los medios y terror en los espacios públicos

Robinson Salazar

Investigador de la Universidad Autónoma de Sinaloa, México
salazar.robinson@gmail.com

Los medios de comunicación, en la era de la globalización, se desnaturalizaron, abandonaron su función informativa e ingresaron a ser parte del engranaje del ejercicio del poder, donde su papel de eje desordenador de las subjetividades colectivas, siembra angustia, miedo y terror, y criminaliza las acciones populares de las ciudadanías emergentes. Los programas y lenguaje (escrito y oral) de los medios de comunicación producen miedo y construyen en el imaginario social la idea de un enemigo oculto que vulnera la seguridad personal y pone en riesgo el patrimonio familiar, de ahí que angustia, miedo y temor son tres escenarios que articulan la nueva estrategia del Estado para estar presente en el subconsciente colectivo de los ciudadanos. Los medios de comunicación, vehículo eficaz en la era de la relación mediática, son prácticos porque remplazan el discurso por la imagen cuyo impacto es mayor porque queda registrado en la mente; provocan incertidumbre con el miedo y temor que son respuestas específicas ante una amenaza interna o externa percibida por el sujeto de manera perenne y se convierte en un efecto crónico al percibirse como un estado permanente en la vida cotidiana, no sólo de los afectados directamente sino por los que conviven y son parte del segmento social donde se inscribe el sujeto. Por lo anterior, los medios sutilmente remplazan en gran medida al agente coercitivo y priorizan la represión ideológica (Nueva versión de la Guerra de Baja Intensidad) donde cualquiera puede percibirse amenazado sin ser parte de los problemas que divulgan.

Palabras clave: miedo, medios, espacios públicos, guerra de baja intensidad.