

# **Medios, Poder e Identidad. El yo colectivo frente a un proceso comunicacional transformador**

Josefa Guerra

## **Resumen**

La investigación se fundamenta en el reconocimiento y análisis de las representaciones identitarias del sujeto y sus vinculaciones con los procesos informativos que transcurren a través de los mal llamados “medios de comunicación social”. Ésta se basa en una revisión documental que postula la preeminencia de la construcción de redes afectivas emergentes en la sociedad informacional global, partiendo de la postulación teórica de Scott Lash. La configuración de un nuevo sujeto en el contexto de la sociedad informacional implica la advertencia de nuevas regulaciones del poder suscritas por la nueva lógica de flujos informativos que permiten relaciones de intercambio cultural suponiendo el aplanamiento del antiguo orden social y el desplazamiento de las instituciones para generar vínculos de reconocimiento identitario en redes propiciadas por las nuevas formas de interrelación que reivindican la condición humana y su capacidad transformadora.

**Palabras clave:** Sujeto, sociedad informacional, identidad, poder, medios.

---

Distintas propuestas teóricas convergen en la idea de que los medios de comunicación social son determinantes en la construcción del mundo, y por ende en la configuración del sujeto. Mientras la óptica de Baudrillard advierte a la sociedad como “un paisaje dibujado por los medios” (Robles: 2007), y que los individuos somos cómplices de la creación de una hiperrealidad; Lash, por su parte, argumenta que “tanto la sociedad,

---

Artículo recibido en noviembre de 2007. Arbitrado: febrero 2008.

---

como la teoría, quedan cada vez más bajo el hechizo de los medios” (Lash: 2005:120). Luego, parafraseando a Mc Luhan, considera no sólo la inmanencia del sujeto al mundo y sus objetos tecnológicos, sino la especie de función utilitaria ejercida por el hombre como parte de éstos, como una especie de brazo replicador de una cultura global de la información.

Este autor plantea que los medios han adquirido carácter de objetos y tecnologías, transcurriendo en ellos la información que explica el nuevo orden y desorden que experimentamos (irracionalidad), constituyendo una arquitectura de flujos y movimientos que alienta relaciones (¿sociales?) en tiempo real más allá de las distancias.

Dentro de esta óptica, Lash (ibídem: 22) proclama la “aldeanización” del planeta y la aparición del concepto de la información como explicación al orden/desorden que experimentamos tras la irracionalidad consecuente de la propia racionalidad postulada por la Modernidad. Nos advierte (ibídem: 59) que en las dos últimas décadas ésta trajo consigo también la transición de una sociedad industrial nacional, a una cultura informacional global dándole cumplimiento a tres principios fundamentales: el primero, basado en el desplazamiento de lo nacional por lo global; el segundo centrado en el relevo de la lógica industrial por el de la lógica de la información y el tercero dado por el reemplazo de la lógica social por la lógica cultural.

En este último principio, el autor trata de insertar una luz en medio de la oscuridad homogeneizante y nos muestra que la globalización lleva dentro una esperanza transformadora, pues la erosión de la sociedad nacional, por la lógica de los flujos, implica la decadencia de lo social, la declinación de las instituciones y el desmembramiento de las viejas estructuras, para dar protagonismo a otros flujos que traen consigo nuevos bienes simbólicos y culturales. “Esto implica una menor preeminencia de las normas sociales y **una mayor importancia de los valores culturales**” (Lash: 2005:60), **en los que** precisamente se encuentra el asiento de la conformación identitaria del hombre. De modo que la configuración de un nuevo sujeto transcurre en medio de la lógica de los flujos que implica vínculos que corresponden al nuevo orden de la sociedad informacional.

Según Lash, la declinación de lo social incluye la decadencia institucional y el desmembramiento progresivo de las estructuras sociales, otor-

gándose menos importancia a los partidos políticos y a la iglesia misma. De manera consecuente derivando en mayor importancia a formas más intensas, pero con menor permanencia.

Partiendo de esta postura, destaca la emergencia de los negados, dentro de la llamada era de la información y acusa el ascenso de nuevas formas de socialidad constituidas por movimientos sociales de redes informales e intensidad afectiva que surgen en medio de las fisuras de la acción globalizante. Es decir, la irrupción de lo que denomina como “formas sociales intensivas, de menor escala, que pueden constituir el fundamento de una cultura política contemporánea verdaderamente radical”. Lo que podemos traducir como pequeñas, pero crecientes, organizaciones no formales que marcarán nuevas pautas para una convivencia más humanizante y más solidaria, considerando los universos locales y los valores identitarios de ese colectivo.

Es interesante advertir cómo la anterior postulación prioriza la construcción de movimientos en ascenso surgidos en función de las relaciones en redes, que bien procurarían descubrir el “yo colectivo” para calzar objetivos comunes. Tal como lo expresa Bansart (1992:18-21), al precisar que la identidad del “yo colectivo”, “se elabora progresivamente, se reorganiza de manera permanente y se modifica sin cesar”. Destaca su traducción en una búsqueda continua con “una dinámica permanente de identificaciones y rechazos selectivos”.

Para responder un poco al tema que nos ocupa, como lo es el reconocimiento de las representaciones identitarias y sus vinculaciones con los procesos informativos que transcurren a través de los mal llamados “medios de comunicación social” consideramos pertinente esbozar la mirada de este autor, en torno a la identidad cultural. En su perspectiva se asume como un proceso complejo que integra el descubrimiento y definición del ego, como también del ambiente natural y de los seres colectivos que le rodean. Asimismo incorpora el reconocimiento de lo que piensan los demás. Lash lo postula desde su visión de la emergencia cultural y de la identidad cómo parte de ésta; vemos aquí cómo el pensamiento de Bansart confluye mediante el eslabón “identidad”, precisando que la identificación entre seres colectivos permite el diálogo, la solidaridad y la cooperación. ¿Pero serán posibles estos valores desde las interioridades

de los medios de comunicación con sus vestiduras de “cuarto poder”, de constructores del paisaje social?

## **Los medios tras el imaginario del poder y de la modelación identitaria**

En atención a lo anterior, si nos planteamos el tema de los medios, como un objeto de estudio, nos remitimos ineludiblemente al tema del “poder”, y a la resistencia a éste, pues tanto en el imaginario popular como en las distintas vertientes de la teoría comunicacional el primero es un atributo inseparable, que calza de manera perfecta como un patrón de identidad y como condición inmanente al ejercicio mismo de las funciones públicas de la comunicación, dentro del juego intercambiario de mensajes, sustentado por el Estado, propietarios de medios y ciudadanía.

Desde viejos tiempos nos hemos acostumbrado a visualizar a la prensa tras la etiqueta de “cuarto poder”, apuntalando esta idea hacia la esperanzadora concepción de una instancia mediadora que sostenía una suerte de contrapeso a los excesos de las esferas hegemónicas de la vida social. Así lo plantea Pingaud (2006), quien asegura la consumación del ascenso de los medios, y la esboza con una elocuente pregunta “¿Es posible que el cuarto poder, que se supone debe ejercer un contrapoder se haya extralimitado en su papel?”, y tras el inquisitivo planteamiento pasa a afirmar que el ejercicio mediático fue promovido del cuarto lugar, al primero, tras unos veinte años de imponer su peso social mediante el ejercicio del rol de juez y verdugo. Seguidamente nos lleva a una reflexión sobre los medios como una fuerza creciente que parece inexorable y que ejerce un determinismo sobre el ecosistema democrático. Este incluye la configuración del sujeto, el delineado de sus relaciones socioculturales (en vinculación con los pares y los otros) y la modelación del espacio de supervivencia.

Marelli y Gabetta (2005) al referenciar la consonancia entre poder y medios señalan:

“se ha dicho siempre que conforman el cuarto poder. Se sabe que todo poder, aunque sea representativo, vive la tentación del autoritarismo y la corrupción. Desde que comenzó la globalización, esa función del periodismo ha cambiado de manera acelerada y extremadamente preocupante. Hoy el periodismo, globalmente

considerado, ha pasado de ser el cuarto poder, a convertirse en una especie de correa de transmisión de los intereses del poder hacia los ciudadanos”

En torno a lo anterior Martín Barbero (2002:47-52) cuando nos remite a su visión del poder de los medios, a los que considera fetiches, para reificar el intercambio social y a los que, además, atribuye el papel principal, la generación de fuerza económica, el control de la información, la fabricación de imágenes y la formación de opinión pública. En fin nos expresa que consumimos el mundo “conforme a las formas que nos imponen los medios”. Pero nos preguntamos si siempre la agenda de las acciones consecuentes del mundo noticioso e informativo está en manos de quienes imponen las reglas del juego. Si el hombre es realmente el resignado producto de la massmediación

En Edgar Morin (1993:167) también observamos una convergencia en este sentido: “la libertad o el control de los medios de comunicación modernos depende de la problemática política”, y precisamente en su visión reconoce que en el transcurrir de este último siglo de la política a la antropolítica, la transición de un Estado Policía al Estado Asistencial, con una dinámica distinta. Esto lo advertimos como nuevas posibilidades de participación para el sujeto, sin determinismos hegemónicos, haciendo posible que la identidad cultural expresada por Lash se involucre en los procesos de construcción de mensajes, ganando el feed back de la comunicación real y posibilitándole condicionar el desarrollo, en concordancia con la postulación de Bansart (1992:39), como acción directa de autodesarrollo, permitiéndole al ser colectivo modificar el ordenamiento de su ambiente y mejorar la calidad de vida. Acogiéndonos al planteamiento de este autor, correlacionamos al proceso informacional como pieza clave para el reordenamiento y transformación, cuestión que debe trascender de la información lineal a la acción comunicativa emancipada, generadora de cambios desde el yo colectivo, para así poder propiciar la construcción del desarrollo como generador de calidad y sin manipulación del poder externo. Considera este autor que la identidad cultural es un elemento clave de antidominación y de autotransformación.

Este aspecto, de la subversión del poder, de la resistencia, lo plantea Luis Britto García (s/f : 53-60), en la escena local, colindando con lo

enunciado en Morin, con los particulares visos, apuntando que los medios se comportan como partidos políticos y que además juzgan, legislan, validan o invalidan hechos e instrumentaciones legales. Britto enuncia que en nuestro país los medios han operado dentro de un modelo de confiscación de lo público, que presenta dos vertientes: una de cara al público que convierte lo imaginado en noticia y que además fabrica protagonismos, y la otra, interna, que modela el rol de los comunicadores, arbitrando su pensamiento y productos noticiosos, con “decantaciones” laborales mediadas por el veto y la amenaza o consumación del despido. De este modo el rol del “comunicador” tradicionalmente se identifica como el brazo ejecutor del poder mediático, con propósitos devastadores en la creación de hábitos, conductas y comportamientos sociales. La vieja teoría de la aguja hipodérmica establecería esta cara de la moneda como el bien insalvable que configura al monstruo de la opinión pública, que pretende encasillar la identidad en una idea numérica, devenida del survey, sin posibilidades de resistencia y sus consecuentes alternativas de transformación.

Britto, al analizar en el panorama actual dentro el proceso de generación de una nueva socialidad en el contexto venezolano, presenta una realidad argumentada por las nuevas vinculaciones entre las instituciones sociales y los actores, advierte nuevos visos sobre el delineamiento de esa maquinaria democrática. Nos remite al incremento de las cuotas de participación de las mayorías y subraya que parece construirse, en igual proporción, la redistribución del poder, asignándose, en este proceso, porciones ciertas al colectivo, que ahora parece proponer y decidir las formas de consumo de la producción noticiosa. “Los partidos que abandonaron a las masas, ahora son abandonadas por ellas” (Britto: s/f: 7) El autor dibuja una nueva realidad del espacio massmediático nacional donde se abre el debate que desmonta el discurso del predeterminismo hegemónico dentro del proceso de comunicación y acusa el abandono de las masas a los viejos esquemas, incluyendo a los partidos y a los medios. De estos últimos dice que muchos de sus patronos se afianzan en el modelo de confiscación de lo político que victimiza a los comunicadores de acuerdo a sus posturas frente a la línea editorial.

Britto plantea el límite del poder tradicional reflejando las particularidades del caso Venezuela con la aparición de lo que se puede entender

como “la resistencia soberana”. Referencia que hace en función de la consistencia de una antimasmmediación vista a través de sucesos como los ocurridos el 19 de abril de 1810, el 27 de febrero de 1989 y el 13 de abril de 2002. Éstos a su juicio le dan una embestida a posturas tradicionales que permitían a los medios actuar como partidos políticos, tribunales, legisladores, jueces y partes de todas las esferas de la vida nacional. Asimismo testimonia posturas inusuales que dan nuevos aires al panorama comunicacional y fracturan a lo que denomina como “la mediocracia” que contraviene a la democracia.

Desglosando la función ideológica de los medios, cita que éstos operan como actores políticos, burlan la imparcialidad, designan liderazgos, elaboran sus mensajes e instigan a los golpes, a la guerra civil, a la discriminación étnica, desequilibran poderes y alientan la impunidad. En función de ello propone y defiende distintos mecanismos regulatorios para alentar la responsabilidad y evitar daños injustificados.

Jesús Puerta (2002), en su papel de trabajo “Dimensiones de la masmediación política”, nos lleva a la gestación de este proceso en el caso Venezuela. Referencia su aparición, en el contexto de la campaña electoral de 1968 y su consolidación con la guerra publicitaria que caracterizó al proceso de 1973. Destaca la singularidad del fenómeno en nuestro territorio tras la conversión de los medios, a partir de 1989, en “bastiones de la oposición”. Subraya la formulación de una ideología que obliga a los periodistas a asumir la postura de políticos profesionales desplazando los tradicionales valores del periodismo y la aparición de una agenda funcional que establece la socialización de la cultura política en el plano masivo que proporciona información y lineamientos de acuerdo a las demandas sociales.

En la visión de Puerta aparece la identificación de la mediadependencia por parte de los políticos venezolanos, la desideologización de los partidos y la concentración de la propiedad mediática. Citando a Álvarez precisa que éstos influyen en la fijación de la pauta temática informativa, la fabricación de personajes relevantes y el estilo espectacular de la puesta en escena del mensaje político, tal como lo visualizan tanto Martín Barbero como Sartori en medio de lo que pudiéramos llamar realidades superlativas impuestas para ensamblar la llamada opinión pública cuyos efectos pasa-

ron a la historia con la apreciación del tamiz de las mediaciones. El investigador lo plantea como “una compleja trama de factores, usos del tiempo, redes sociales, convicciones previas, funcionamientos cotidianos”.

Estas interposiciones, en la trayectoria del mensaje intencionado, han solidificado una fuerza social de contrapeso que Marcelino Bisbal identifica como “la propia sociedad civil que se difunde como mensaje y medio a la vez”. Alega que si en el pasado los medios aupaban el desprestigio, ahora la sociedad civil está apostando a una nueva valorización de la política determinada por sus actuaciones. La contraloría social pudiera estar pulsando de ambos lados, pero también la fabulación de lo real pudiera estar operando en dos direcciones en este juego de las tensiones, en este espacio sobraría materia para escudriñar y asumiremos nuestra parte en lo futuro, en medio de la complejidad que esto representa.

Para Bisbal (s/f) la sociedad civil es un término impreciso, lo adjunta de algún modo a lo popular y masivo, destacando que tal como se asume en estos momentos en Latinoamérica, representa a “un conjunto de actores emergentes que generan con su actuación y acción social profundas transformaciones e innovación cultural”. Es así como en tiempo inmediato estamos siendo testigos de la contestación, pues la sociedad civil decidió escurrir el velo que la reificaba y con múltiples acciones entabla un duelo en contra del poder de quienes ostentan la hegemonía.

Tal como lo afirma Pasquali (1991:14-22), podemos decir que la comunicación es un fantasma que arropa al país, liada a procesos electorarios y se asocia a hechos que confirman una relación causa efectista vinculada al desorden moral y social. Asimismo sentencia que las comunicaciones no son inocentes, “son instrumentos vitales de todos los poderes”. En este sentido es interesante revisar cómo transcurren estos procesos de negociación de mensajes en el contexto nacional, en nuestro propio espacio y tiempo.

Vale destacar la mirada de Martín Barbero (1978:149), quien nos presenta en su revisión del poder a través del fenómeno que denomina masmediación como una performance social enlazada al discurso mediático que determina la correspondencia dialógica del discurso de los medios con la puesta en escena de lo social. En tal sentido, es oportuno precisar que las reglas del juego están cambiando dentro del panorama nacional,



el ejercicio de una nueva ciudadanía está emergiendo con la puesta en escena de un yo colectivo dinamizado, que conjura las acciones del pasado para crear nuevas vinculaciones, nuevas realidades y el protagonismo de los que simbólicamente eran negados en el mercado noticioso.

García Canclini (2006: 3-38) da cuenta de estas imposiciones y negaciones vistas a través de los sujetos y la circulación de mensajes, planteadas en lo anterior y señala que los estudios sobre apropiación de bienes y mensajes, en las sociedades contemporáneas muestran cómo un mismo objeto puede transformarse a través de usos y reapropiaciones sociales. Plantea que es en la cultura donde se da el proceso de producción, circulación y consumo de la vida social, siendo la instancia simbólica, donde cada grupo organiza su identidad. Dentro de su postulación de la hibridación cultural apunta que hay pocas oportunidades de organización identitaria en la sociedad de la información, pues “las condiciones actuales de comunicación globalizada, se precisa la necesidad de revisar dentro de estos procesos la complejidad de las formas de interacción y rechazo, de aprecio y discriminación u hostilidad hacia os, en situaciones de asidua confrontación”.

Por otra parte en una visión transformadora, tal como la propone Wolton (2006:131-135), existe una posibilidad de salvación con la revalorización de la de la identidad colectiva. Esto significa abrirse a nuevas realidades, mediante el doble movimiento de la identidad cultural, por un lado como bien patrimonial y por otro como capacidad dinamizante. Para Wolton la identidad nunca es estática, es una especie de insumo dinámico que se apoya en el pasado para afirmar una dignidad actual y una reivindicación de igualdad para el mañana. Asimismo señala que los pueblos y las comunidades no rechazan la modernidad, simplemente que sean reconocidas sus identidades. Quieren entrar con fuerza en la modernidad, a condición de no perder el alma en ese ingreso y en esa tarea aspiramos estar; reivindicando al sujeto y demostrando su capacidad para construir una nueva realidad.

## Referencias Bibliográficas

- Bansart, Andrés** (1992) Cultura-Ambiente-Desarrollo. (El Caso del Caribe Insular) USB, Caracas.
- Bisbal, Marcelino** (s/f) Sociedad civil, comunicación y política en el contexto venezolano. Disponible en: [www.google.com](http://www.google.com)
- Britto García, Luis**. Investigación de unos Medios por encima de toda sospecha (s/f). Question, Caracas.
- Britto García, Luis**. Conciencia de América Latina (s/f) Intelectuales y Medios de Comunicación. Nueva Sociedad. Caracas.
- García Canclini, Néstor** (2006). Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la Interculturalidad-, Gedisa, Barcelona.
- Lash, Scott** (2005) Crítica de la Información. Amorrortu, Buenos Aires.
- Marelli, Sergio y Carlos Gabetta**. (2005) El periodismo pierde su función. Revista Etcétera. México Disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/>
- Martín Barbero**. (2002) Oficio de Cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la Comunicación en la Cultura. Fondo de Cultura Económica.
- Morin, Edgar y Anne Brigitte Kern** (1993). Tierra Patria. Kairós. Barcelona.
- Pascuali, Antonio** (1991), La Comunicación Cercenada, Monte Ávila, Caracas.
- Pingaud, Denis y Bernard P**. Del Poder de los Medios de Comunicación a la Fragmentación de la Escena Pública. Revista Le Debat, no 138. Enero Febrero 2006. Versión electrónica: [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/0603\\_PINGAUD\\_POULET\\_ESP-2.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/0603_PINGAUD_POULET_ESP-2.pdf)
- Puerta, Jesús** (2002) Crisis de Representación y Massmediación Política. Papel de trabajo, Valencia.
- Robles, Antonio**. ¿La muerte de Baudrillard es real o ficción? Disponible en: [http://www.libertaddigital.com:83/php3/opi\\_desa.php3?fecha\\_edition=2007-03-15&cpn=36439](http://www.libertaddigital.com:83/php3/opi_desa.php3?fecha_edition=2007-03-15&cpn=36439)

Medios, Poder e Identidad. El yo colectivo frente a un proceso comunicacional transformador

**Sartori Giovanni** (1988) *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*. Santillana Taurus. Madrid.

**Wolton, Dominique.** (2006) *Salvemos la Comunicación*. Gedisa, Barcelona.

