

¿Hay vida política en el espacio público mediatizado?

Cristina PEÑAMARÍN*

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Propuesto: 20 de mayo de 2008

Aceptado: 12 de junio de 2008

*No se trata simplemente de hacer ingresar a los
excluidos dentro de una ontología establecida,
sino de una insurrección a nivel ontológico,
una apertura crítica de preguntas tales como
¿Qué es real? ¿Qué vidas son reales?*

J. Butler

*Cortés, que se adentra en un mundo del que
lo desconoce todo, lleva firmemente las riendas
de las causas y los efectos, de los medios y los fines (...)
En Moctezuma hay una actitud perpleja y receptiva
que sentimos cercana y actual, como la del hombre que,
al entrar en crisis sus sistemas de previsión, intenta
desesperadamente mantener los ojos abiertos, comprender.*

I. Calvino

¿Qué es un espacio público? ¿Qué perspectivas sobre lo público propone esta noción? —pues una noción es una apertura conceptual que, al pensar algo de modo no previsto por otras nociones, lo inaugura como objeto del quehacer práctico y reflexivo. ¿Podría permitir pensarlo como un espacio de relación, de experiencia, de acción, de imaginación? Entendemos que un orden democrático requiere un espacio para el encuentro, y sobre todo, el desencuentro, abierto a todas las voces (en el primer sentido de “público”, como accesible a todos), en el que se dirime el orden común, o cómo componer un mundo común (el segundo sentido de público, lo que atañe a lo común). Se trataría de pensar el espacio de la relación de cada uno con lo

* Doctora en Historia, Catedrática de Teoría de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Autora de numerosas publicaciones sobre Semiótica, análisis de los discursos y análisis de las representaciones de género, así como sobre Comunicación y relaciones interculturales, como *La mujer en la publicidad*; *Comunicación y conflicto intercultural* (con Walter Mignolo); *Análisis del discurso* (con J. Lozano y G. Abril).

común a todos y con los modos de concebirlo y ordenarlo. Pero la experiencia política más general puede ser hoy la de sentir que no se tiene ninguna relación con ese orden de lo común, que no se comprende, no se participa en él ni con la acción ni con la imaginación, ni se tiene más juego de lenguaje para relacionarse con él que los propios del extrañamiento, el reproche, la frustración o la indiferencia. Y, sin embargo, en múltiples modos participamos cada día en la creación colectiva de los espacios públicos. Esta es una de las paradojas que me llevan a preguntarme sobre las cuestiones que pueden surgir desde las perspectivas que se abren al relacionar las nociones de espacio público y de mediatización, la articulación de las diferentes esferas de construcción de lo común en espacios mediatizados que hacen posible la comunicación sin copresencia.

Junto a esa mencionada (no)experiencia de lo público, tenemos otras, como la de ser espectadores de los medios. A menudo se sostiene hoy que la comunicación mediatizada ha ocupado la sociedad y los medios han colonizado la vida personal y el espacio público, expresiones muy contundentes que omiten toda consideración del papel de los públicos, receptores o usuarios de los medios. Es claro que los medios actuales están imbricados en todos los ámbitos de la vida, en el trabajo, el ocio, el consumo, las relaciones afectivas, políticas, etc., ofrecen múltiples posibilidades de inmersión en universos virtuales y de elaboración imaginativa y práctica. Ante tal complejidad, aquí quiero seguir un camino menos expedito que se bifurca al menos en dos direcciones. Ciertos estudios indagan cómo están los medios implicados en la continua construcción de las colectividades y sus lugares comunes; de las coordenadas espacio-temporales, de los supuestos, los valores, los personajes y las voces relevantes del mundo que entendemos como el nuestro. Una segunda línea de estudios surge de otra inquietud. Para algunos, la enorme variedad de la oferta mediática, que multiplica y diversifica los focos de interés y los universos de referencia, hace que el problema hoy sea la volatilidad y la multiplicidad, que impedirían la fijación en un ámbito compartido de sentido. Y aunque la participación mediática en la construcción del espacio público no se limita a los géneros y medios de información de actualidad, es en estos donde se presentan las iniciativas y debates sobre lo público; la información construye el “presente de referencia”, los hitos del mundo compartido, y una forma de experiencia de recepción que se ha considerado como un encierro en el presente. “La proximidad excesiva al evento y su difusión en tiempo real generan indeterminación, una virtualidad del evento que lo despoja de su dimensión histórica y lo sustrae de la memoria” (Baudrillard 2006: 61). Sin embargo, también observamos que la información, fragmentada en instantes y asuntos, es muy redundante en la delimitación de la localidad y la comunidad a la que presume pertenece su audiencia, de las cuestiones, personas, grupos o instituciones que forman su esfera pública, lo que podría construir una experiencia de continuidad espacial y temporal que desmentiría, o quizá complementaría, el temido encierro en el presente (Peñarín 2007). Además de sobre cómo abordar las formas de mediatización de nuestra relación con lo público, sobre las que tenemos descripciones y diagnósticos contradictorios, necesitamos indagar otras dimensiones políticas de la información. Suponemos que el ciudadano ha de estar “informado” para decidir su voto y que esa tarea corresponde básicamente a los medios de comunicación.

Pero rara vez se plantea la cuestión a la que urgía Dewey ¿Qué condiciones son necesarias para que se forme un público democráticamente efectivo? (para que ese público “emerja de su eclipse”, decía Dewey, 2004: 142 y ss.). ¿Qué diferencia a las audiencias de los medios de ese público que precisa la vida democrática?

Se dice que el orden de lo común está siempre atravesado por diferencias de todo tipo, de intereses, valores, perspectivas, etc., que han de tener cabida en el espacio público democrático y derecho a argumentar su punto de vista. Pero, en primer lugar, es necesario comprender quiénes forman ese mundo común. Hasta recientemente, el límite de la comunidad política se entendía como coincidente con el de un grupo territorial —con sus delicados problemas de inclusión o exclusión de inmigrantes, exiliados, apátridas, etc. La globalización, con sus comunidades diaspóricas, así como las redes informacionales, los flujos de personas, imágenes, capitales, ideologías, etc., han acentuado la importancia de las políticas transversales a los espacios y grupos territoriales. Una dimensión trasterritorial que está relacionada con la cuestión de cómo pensar un mundo interconectado. ¿Podemos pensar un espacio común global? Nada apunta por ahora a la posibilidad de comprender cómo se tomarían las decisiones en tal espacio, quiénes lo formarían (¿naciones, corporaciones, individuos, culturas, redes?) o siquiera qué lenguaje se utilizaría para discutir las diferentes posiciones, de qué presupuestos “comunes” habría que partir. Una fuente de fragilidad de la política proviene precisamente de esta dificultad. El terreno de la comunicación es siempre el de la construcción de un lugar común capaz de transformar los diferentes lenguajes de partida sin aniquilarlos, sin anular los lugares propios de los interlocutores, la lengua en la que cada uno puede construir un sentido para su vida, su mundo. Si la diversidad es un punto de partida ineludible, implica, como aclara por ejemplo el feminismo desde sus comienzos, que hay que empezar por comprender que no nos entendemos (cuando dices mujer, no dices lo mismo que yo, ni algo que yo pueda aceptar, que no me niegue, que no anule el sentido del mundo al que quiero o puedo pertenecer). Sólo entonces será posible que la diversidad recree el espacio público —como un espacio de comunicación entre diferentes con igual derecho de representación—, haga surgir nuevos referentes de identidad a partir de la divergencia entre los sentidos de los interlocutores que se produce siempre en la comunicación.

La cuestión de la política es la de quiénes pertenecen al colectivo y, en democracia, quiénes tienen derecho a tener voz, a contar como miembros, a defender sus puntos de vista, a hacer visibles sus prácticas y a desplazar las prácticas y los lenguajes en los que no tendrían cabida. Tanto si se trata de grupos profesionales, como económicos, religiosos, generacionales, nacionales, transnacionales u otros, la política atañe siempre a la construcción del colectivo y de los recursos que permitirán tomar las decisiones que conciernen a tal grupo y a sus relaciones con otros. El terreno es siempre movedizo y, cuando se estabiliza, cuando no hay variación ni controversia respecto a quiénes y qué constituyen lo colectivo, como diría Latour, entonces hay que explicar a qué se debe tal estabilidad, cómo se construyen la unanimidad, el acuerdo o el silencio (ver Latour 2008; Latour y Gagliardi, dirs., 2008).

Al hablar de espacio público intentamos delimitar algunos de estos aspectos. Esa expresión quiere señalar que la discusión sobre el orden de lo común no puede darse sin un tipo de espacio que requiere, además de discursos y perspectivas, voces, es

decir, representantes, delegados o mediadores y algunas otras condiciones, como soportes, límites, visibilidad y público —condiciones que habrán de permitir, además, la conexión entre los varios espacios, culturales, científicos, artísticos, donde se dirimen los diferentes aspectos de lo común. Al preguntarnos por el espacio público tratamos de indagar la construcción continua, abierta y pública del lábil orden común, las prácticas que generan las mediaciones y traducciones de las que resultan tanto las colectividades como el sentido de formar parte de ellas.

La actividad política, la deliberación acerca del orden de lo común, requiere la delimitación del nosotros, de quiénes forman el conjunto de seres que se trata de organizar, pero esa delimitación conlleva una dimensión sensible y emocional de identificación o des-identificación, más o menos intensamente sentida, que ha de considerarse como central en la política. Debido a que esta dimensión identitaria y su carga emocional son ineliminables, es inútil considerar únicamente en la esfera pública los intereses y pensarla como el dominio de la razón y la argumentación. Además de ociosa, esa desatención de las emociones de la pertenencia tiene el peligro de dejar el campo libre a quienes —demagogos se suelen llamar— sí saben cómo mover o “agitar” tales pasiones, ante las cuales los ilustrados demócratas se encuentran con frecuencia desarmados, o sin más recurso que el de negarles toda legitimidad.

Incluso quienes sostienen una concepción de la vida política como constituida fundamentalmente desde el interés y la razón, pueden entender como necesario construir una identificación colectiva. Para Innerarity, el sujeto está integrado en la vida pública porque la realización humana no es pensable fuera del espacio común. Desde esta premisa, señala que la acción política es indisociable de la formación de una comunidad, de “un vínculo humano con sentido”, que debe excluir siempre la neutralización de la pluralidad. “Aunque la unidad social sea siempre polémica y su cohesión un asunto que debe negociarse continuamente, la política representa el esfuerzo por recrear el vínculo social y establecer significaciones comunes” (Innerarity, 2006: 23). Ciudadanía implica compromiso con los intereses de la sociedad en su conjunto. Dado que los individuos no pueden formarse una visión coherente de “su propio interés social” sin mediaciones colectivas, necesitan las instituciones, que mediante la identificación común, harían tolerables las obligaciones. Además de coordinar las acciones individuales, la razón de ser de las instituciones es instituir simbólicamente y en un horizonte de responsabilidad el mundo común. Todo esto puede resultarnos bastante lógico y comprensible. Pero ¿Cómo se genera ese compromiso con los “intereses de la sociedad” que definiría al ciudadano; cómo el vínculo social que “la política” se esfuerza por recrear? Este autor sostiene que es necesaria “una noción de responsabilidad que se haga cargo de la complejidad y permita identificar algo así como un bien común operativo en los actuales procesos políticos” (id., pág. 27). Esta formulación parece resonar como un eco de la situación actual, en la que muchos estarían de acuerdo en que no vendría mal tener “algo así como un bien común operativo” y seguramente también un compromiso de todos los ciudadanos con los intereses de la sociedad en su conjunto. Pero la dificultad está en saber cómo se lograría tal cosa, cuando resulta evidente que insistir en que está en el interés de todos no basta para conseguirlo.

No sorprende encontrar que los sentimientos, junto con los medios de comunicación que los promueven, son vistos como una lacra para la vida política por un autor como Innerarity, quien sostiene que “cuando los espacios políticos no delimitan ni protegen, no hay quien detenga la globalización sentimental”. Los sentimientos colectivos “flotan”, desarticulados y disociados de los mecanismos de regulación de la vida social. La carga emocional que generan los acontecimientos dramáticos no sería posible sin nuestros actuales medios de comunicación. Una sociedad, desde la doméstica a la mundial, se mantiene unida en la medida y en el modo como la mantienen unida los medios de comunicación, es decir, con las leyes que gobiernan ese peculiar mercado de la atención, que es selectivo, inconstante, sensacional, simplificador, emotivo y esquemático (2006: 41-42). Este diagnóstico no puede considerarse enteramente errado, pero sí demasiado simplificador, sensacional, emotivo y esquemático.

Una perspectiva muy diferente tanto sobre el lugar de las emociones en el espacio público como sobre los medios de comunicación es la desarrollada por J. Butler en “Vida precaria”, donde reflexiona sobre la política y el orden moral estadounidenses en los años posteriores al 11-S. Señala que en la guerra de Vietnam fueron las imágenes de niños ardiendo y muriendo a causa del napalm las que despertaron en el público de ese país un sentido de shock, indignación, remordimiento y pena. Las imágenes construyeron una realidad, pero también mostraron una realidad que fracturó el campo hegemónico de la propia representación. Fue a partir de la aprehensión de la precariedad de esas vidas “que estábamos destruyendo” que muchos ciudadanos estadounidenses comenzaron a desarrollar un consenso en contra de la guerra que resultó decisivo. (Butler 2006: 186). Pero, continúa esta autora, si seguimos ignorando las palabras que nos envían ese mensaje, si los medios no reproducen esas imágenes, si esas vidas permanecen inenarrables y sin lamentar, si no aparecen en su precariedad y en su destrucción, no seremos conmovidos. Nunca recuperaremos ese sentido de la indignación moral por el Otro, en nombre del Otro (id., pág. 187). Indignación, remordimiento, pena son considerados por Butler sentimientos que permiten alterar el punto de vista fijado en “nosotros”, en la primera persona, como dice esta autora, y alcanzar una posición moral que permita sentir por el otro y así desplazar el campo hegemónico de la representación. Por cierto que para ello es preciso que los medios de comunicación den cabida a ciertos discursos y ciertas imágenes, algo que, tras un tiempo y la presión de los medios alternativos, ocurrió en EEUU durante la guerra de Vietnam, pero que se evitó en las guerras de Afganistán y de Irak, pese a la alta difusión de Internet entonces en ese país —cómo pudo ocurrir esto, qué factores intervinieron en esta actuación de los medios, que aceptaron acríticamente la “información” de las autoridades políticas y militares, cómo intervinieron y si se fomentaron los sentimientos de rabia, miedo, etc., que afectaron colectivamente al país son el objeto de una investigación de A. Arsenault y M. Castells (2006), a la que me referiré más adelante.

Análisis como el de Butler del “campo hegemónico de la representación” no concuerdan con la idea de que los sentimientos colectivos “flotan” desarticulados y disociados de los mecanismos de regulación de la vida social, como sostiene Innerarity. Por el contrario, en EEUU, como en tantos otros lugares, los sentimien-

tos colectivos fueron un componente fundamental de la articulación del espacio público y de la conformación de sus límites. Butler observa el uso en los medios y los discursos públicos de EEUU, tras el 11-S, de términos como terrorista y masacre, de modo que excluyen de la humanidad a ciertas poblaciones, al igual que repara en el género del obituario y en las imágenes de muerte, de los que están excluidas esas mismas poblaciones. Escribe esta autora: si 200.000 niños iraquíes fueron asesinados durante la Guerra del Golfo y sus secuelas ¿disponemos de alguna imagen, de algún marco personal o colectivo para cualquiera de esas vidas?, ¿hay alguna historia de esas muertes en los medios? Y lo mismo observa de las numerosas muertes que ocurren hoy en África o de las vidas árabes eliminadas por medios brutales. Por tanto, concluye, el problema no se reduce a la existencia de un “discurso” deshumanizador, sino más bien a la existencia de límites para el discurso que establecen las fronteras de la inteligibilidad humana. No son muertes pobremente marcadas, son muertes que no dejan huella, desaparecen en las elipsis por las cuales funciona el discurso público (Butler 2006: 61-65). El esfuerzo de esta autora, así como de aquellos que hacen circular otros discursos e imágenes por internet —donde encuentran cabida la mayoría de las comunicaciones que antes serían difundidas por los llamados medios alternativos—, es el de hacer ver las fronteras de lo incuestionado, desplazar los límites de lo inteligible que, en el caso que estudia, coinciden con lo que es comprendido y sentido como humano o inhumano.

Este es sin duda un recurso milenario, consabido, que, no obstante, sigue demostrándose eficaz. Si detenemos el análisis en la banalidad de este recurso retórico consistente en la deshumanización del otro, si nos limitamos a aislar ese procedimiento, seguramente lo encontraremos carente de interés. Lo que interesa es indagar cómo se articula ese recurso arcaico con un conjunto actual de factores, con una red de actores a los que permite actuar en determinada dirección; cómo se convierte en un recurso fundamental de una estrategia de poder que pasa por la construcción de un sólido sujeto colectivo. El análisis de Butler muestra algo que puede resultar demasiado evidente para cualquier observador exterior al espacio de comunicación al que se refiere, para todos los que posean otra perspectiva y otros supuestos: que los discursos públicos a los que tienen acceso los estadounidenses de su tiempo están enunciados desde un nosotros consistentemente delimitado y cohesionado de tal modo que ignore los efectos de sus acciones sobre otros, que se niegue (o le sea negada) la percepción que podría hacerle moralmente sensible a esos efectos. Su profundo desacuerdo con esta particular forma de límite lleva a Butler a promover una acción política que requiere evidenciar y tomar distancia de ciertos lugares comunes hegemónicos y a proponer otras perspectivas, otro mundo posible, a reclamar otra ontología. Nos hace pensar que el problema de la responsabilidad social no se resuelve con hallar un “bien común operativo”, quizá no desdeñable para un sentido práctico que ocasionalmente nos capacita para ponernos de acuerdo con otros “por conveniencia”, como se dice. Pero tal acuerdo operativo carece de la fuerza de aquello que nos hace sentir un valor, una idea, u otro ser como algo propio, que nos lleva a adoptar cierta posición como “mi opción”, palancas mucho más eficaces para el compromiso con lo común que la mera conveniencia o la “operatividad”. Desde aquí surgen cuestiones con frecuencia eludidas sobre

lo público, difíciles pero necesarias: cómo evitar que la delimitación y vinculación con el nosotros conlleve la exclusión de otros, en el sentido de convertirlos en enemigos, anularlos o deshumanizarlos; cómo se conforma un ámbito compartido de sentido y valor de modo que sea discutible qué y quién se deja fuera de lo común, o cómo formarnos en la disciplina moral, en el hábito desplazarnos al punto de vista del otro, reconociendo al tiempo los sentimientos propios de la pertenencia a un nosotros. Los lugares comunes, como construcciones de identidad, de memoria y olvido, pueden ser juzgados como “correctos”, justos o injustos, pero se revelan como lugares fundamentales de acción política cuando los vemos como reveladores de la lucha entre perspectivas y posiciones sobre lo que constituye el nosotros, el mundo de sentido parcial pero incuestionado en el que se asientan nuestras evidencias.

En la conformación de los supuestos que delimitan el ámbito dado por descontado “entre nosotros”, no sólo inciden los discursos políticos o los espacios informativos de los medios. Así como Butler reclama otra ontología, Mouffe señala que las prácticas artísticas y culturales son absolutamente fundamentales como uno de los niveles en los que se constituyen las identificaciones y las formas de identidad. Todas las formas de práctica artística o bien contribuyen a la reproducción del sentido común dado, o bien contribuyen a su deconstrucción o su crítica. Todas tienen una dimensión política (Ch. Mouffe, 2007a: 27). Los relatos, las conversaciones, los rituales, las imágenes, todos los usos de los lenguajes, que son siempre públicos, afectan a los lugares comunes, los confirman o los cuestionan precisamente como lugares comunes de quienes participan en ellos, si bien su repercusión en los ámbitos de decisión sobre lo público puede ser amplificada o limitada en diferentes formas, e incidir en diferentes espacios y tiempos.

El papel de los medios en estas construcciones de lo común es clave. Por ello hay que detenerse en esos procesos que llamamos de mediatización. Por mediatización entendemos la dinámica de participación de los sujetos sociales en el entorno virtual de los flujos mediáticos deslocalizados, donde adquieren recursos cognitivos y simbólicos que, una vez apropiados y territorializados en procesos intersubjetivos —en los que son mediadores los amigos, la familia, la educación, las redes sociales— entran a formar parte de los materiales de los que se sirven esos sujetos para formar sus identidades y sus modelos cognitivos, éticos, estéticos, políticos.

Como he apuntado, este campo de problemas está necesariamente imbricado con la cuestión más general de la mediación. Es generalmente aceptado que nuestro acceso al mundo está mediado por el lenguaje, la cultura, los géneros y sistemas simbólicos que organizan el sentido desde el que categorizamos, percibimos, sentimos y comprendemos. Si los recursos simbólicos son particularmente relevantes en la reflexión sobre la mediación, es fundamental vincularlos a la comprensión de la comunicación como experiencia que construye en cada ámbito y cada género un espacio-tiempo particular, nos da acceso a ciertas emociones y, afectando a los lenguajes y sistemas de sentido de los participantes, contribuye a la formación de sus marcos emocionales, cognitivos y valorativos, de su subjetividad. Como sabemos desde las investigaciones sobre las transformaciones cognitivas y culturales que introdujo la escritura, cada recurso tecnológico afecta en forma particular a las con-

diciones, la experiencia y los efectos de la comunicación, por lo que es preciso indagar cuidadosamente en cada caso la articulación de este conjunto de factores.

Numerosos estudios han abordado, desde hace más de una década, la globalización de la comunicación, la forma en que incide en la reorganización moderna de la proximidad y la distancia cognitivas, afectivas y éticas, en la producción de “nuevas topografías y cronologías de la experiencia”, en expresión de Murdock (1995). J. Thompson señaló que los medios de comunicación han logrado separar la transmisión de la tradición del hecho de compartir un espacio común, en consecuencia, han creado comunidades “desespacializadas” y condiciones para la renovación de la tradición a una escala que excede ampliamente cualquiera que haya existido en el pasado (1998: 247). Otros estudios indagan el surgimiento de tradiciones en las que se hibridan componentes de muy diferentes orígenes y así conforman nuevos recursos en los que enraizar las subjetividades y el sentido de pertenencia a diferentes colectividades (como N. García Canclini; G. Lipsitz o D. Hebdige). Fluidez, desespacialización, pérdida de estabilidad y de unicidad que aparentemente no casan con procesos de cierre y solidificación del nosotros como el que llevó a la casi unanimidad que en Estados Unidos proporcionó el apoyo a una guerra. Y sin embargo esos procesos de solidificación son, como la búsqueda de raíces y de comunidades de pertenencia, un aspecto ineludible de nuestro mundo, fortalecido quizá precisamente por esa fluidez e inestabilidad. Según J. Baudrillard, el sujeto se ve afectado por una “nueva forma de esquizofrenia” que se produce cuando nada es estable, nada permanece y el yo se forma entre una multiplicidad de imágenes cambiantes. El sujeto no puede producir los límites de su ser, no puede, por tanto, distanciarse y proyectarse en un espejo, no puede saber quién es (2006: 59). Si estas formulaciones tienen el interés de iluminar ciertas condiciones que afectan hoy a la subjetividad, no necesariamente hemos de considerarlas tan aniquiladoras y extremas como las entiende Baudrillard.

La adquisición de conocimiento, evidentemente, proviene de múltiples fuentes (escuela, familia, amigos, lecturas, etc.). Los medios actuales y los flujos globales de la comunicación han cambiado las posibilidades de acceso al conocimiento en modos antes imprevisibles, así como la función del saber, hoy clave en el proceso productivo. Pero no han cambiado el hecho de que lo que se adquiere solo tiene alguna incidencia y algún valor si tiene sentido, si se enmarca en, o se traduce a un sistema articulado en el que el sujeto se puede formular preguntas. Los productos mediáticos son sin duda de gran relevancia como fuente de imágenes, relatos, tradiciones que alimentan la experiencia, el imaginario, el acervo cultural de las audiencias. Sin embargo, para que aquello que llega al sujeto pueda ser apropiado, hecho propio, por éste ha de ser percibido como algo dotado de forma, transmisible y susceptible de ser elaborado por ese sujeto. Todo se juega ahí. La mediatización de la que hablamos tiene en cuenta a los sujetos en cuanto receptores-intérpretes que activan ciertos sistemas previos de comprensión e interpretación, es decir, sujetos situados cultural y socialmente, dotados de tradiciones (siempre, en algún modo, híbridas y plurales), intereses, relaciones, mundos de vida. La mediatización queda mutilada si se ignoran los procesos de territorialización de los productos mediáticos, en que los sujetos traducen, adaptan, transfor-

man las comunicaciones, los textos recibidos, desde sus intereses y culturas para incorporarlos a su vida cognitiva, imaginativa y práctica, en un proceso en el que se transforman también a sí mismos (lo que ha sido a menudo ignorado en relación a los medios “de recepción”, pero es evidente en los informáticos, medios en los que el usuario es tanto emisor como receptor y elaborador de los contenidos, y que justamente por ello se llaman medios interactivos).

Entre los estudiosos de las ciencias sociales y políticas, la mediatización se suele considerar bajo una luz negativa. Para el teórico social Scott Lash los medios construyen una forma de cultura que difiere radicalmente de las anteriores, en las que predominaban la narración, el discurso y la representación. Esta “edad mediática” —de la convergencia de los medios, los ordenadores y las telecomunicaciones y en la cual la vida social y cultural ha sido *saturada* por los medios— se define, en cambio, para Lash, por la información, pues en ella los contenidos se convierten en mensajes, es decir, en bits de información fugaz.

En apoyo de su tesis, este autor minimiza la cualidad narrativa de los numerosos relatos mediáticos. En el lenguaje de los semiólogos primeros éstos serían mero entretenimiento. Para Lash, aunque la televisión puede transmitir películas narrativas al modo de la vieja era de la representación, su contenido característico es “la información”: las noticias, los acontecimientos deportivos, las telenovelas, las comedias, los programas de juegos. Los llama información porque pierden valor rápidamente tras su transmisión. La televisión, con la introducción del sonido y las imágenes en movimiento y su persistencia crónica en tiempo real (ahora), fija el paradigma de esta era. Uno de los ejemplos de Lash reza así: una película como *Arma mortal (Lethal Weapon)* es más informacional que, digamos, un filme de Kurosawa. No hace falta verla con una «mirada concentrada», basta darle una “ojeada distraída” y una película para televisión es aún más informacional que *Lethal Weapon* (Lash 2005:123-126). El valor de la información es efímero e inmediato. No tiene pasado ni futuro: no deja lugar para la reflexión y el argumento razonado. A diferencia del razonamiento y la argumentación, no subsume los particulares en universales. La información es una masa de particulares sin un universal (Lash 2005: 245). En la sociedad de la información de Lash incluso la socialidad es desplazada por la “informacionalidad”. La socialidad es duradera y próxima, mientras la informacionalidad es de corta duración y actúa a distancia (2005:136). Las propias relaciones sociales comienzan a ser de tipo “informacional”, sostiene este autor -a distancia, no duraderas y más presenciales que representacionales. Una sociedad en la que la sobrecarga de información y de comunicaciones hace que todo fluya, pero también que todo pierda sentido con mucha rapidez.

Otro autor, éste proveniente de los estudios políticos, sostiene que con la televisión “el acto de ver suplantó el acto de discurrir” (Sartori, 1998:71). G. Sartori ha sabido expresar de modo convincente ciertas posiciones en las que, al parecer, muchas personas han reconocido sus propios temores o sus aspiraciones elitistas. Afirma también que “con la televisión la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. No importa que la imagen pueda engañar aún más que las palabras”. Lo que se ve parece real, y por tanto, verdadero (1998:72). En otro pasaje, además de rechazar la falsa autoridad y la capacidad de engaño de la imagen, atri-

buye a su “fuerza arrolladora” en la televisión la destrucción de los procesos cognitivos necesarios para la formación de una opinión pública razonadora. De nuevo la fugacidad arrolladora, la anulación de la capacidad de reflexión y crítica que veíamos en Lash, aparecen, con otro lenguaje, en esta obra, precedente en el tiempo.

¿Es todo fugacidad en los medios o en la televisión, inmediatez que no deja lugar para la reflexión o para mediaciones significativas? ¿El efecto de presencia excluye la representación, el discurso, la narración? Ciertamente, análisis como el de Lash o Sartori iluminan aspectos centrales de la mediatización. Pero no podemos aceptarlos sin preguntarnos si y cómo los medios intervienen en la conformación de los sistemas con los que damos sentido al mundo y a nosotros mismos, así como sobre los modos en que participan en las relaciones y en los vínculos de socialidad. Para otros estudiosos, en cambio, los medios construyen una forma de cultura en otro sentido: la mediatización conformaría el ámbito del sentido común, lo dado por descontado, los lugares comunes. Nuestra experiencia del mundo estaría mediada por los medios “masivos” precisamente porque éstos nos aportan relatos, discursos y entretenimientos en los que adquirimos nociones sobre el mundo, modelos de comportamiento, marcos de sentido, valores, imágenes de identidad y también experiencias en las que aprendemos a sentir ciertas gamas de afectos, a vivir conforme a determinadas pautas (ver Abril, Castañares, Peñarín, Sánchez 2007: 33; Castañares 2007: 101)

Dos concepciones de la cultura mediatizada se contraponen aquí. Una se centra en lo efímero, en la velocidad a la que pasan mensajes que se sustituyen por otros en un ámbito saturado, disperso y carente de coherencia. La segunda concepción pone el acento en lo que se reitera, en la redundancia de lo que nos constituye y nos conforma. Ésta tiende a estudiar las representaciones dominantes y el consenso básico sobre el orden social, que sería presupuesto por los diferentes medios y sus varios tipos de productos. Nos interesa también considerar una perspectiva que difiere en ciertos aspectos de esta segunda posición, y que podemos ejemplificar en un autor como Martín Barbero. Analiza este autor cómo los medios incorporan las culturas y los intereses de sus audiencias y cómo estas audiencias, a su vez, elaboran sus recursos culturales y simbólicos e incluso refuerzan sus lazos sociales sirviéndose de los medios.

Desde este enfoque, en los discursos mediáticos hablan también sus destinatarios. Un eje fundamental en la perspectiva de Martín Barbero está siempre en el indagar “lo que en la comunicación hay del mundo de la gente del común”, en primer lugar, del lado de los productores, que han de negociar entre las lógicas del sistema comercial (como la estandarización y la rentabilidad) y las dinámicas de la heterogeneidad cultural de los mundos sociales de las audiencias. Así los productores o emisores aparecen como espías, intérpretes de las audiencias, ansiosos por captar y traducir el dinamismo de la formación de afinidades y preferencias en esas audiencias y en sus mundos de vida. Y también del lado de los espectadores y sus parentescos de lectura, que configuran comunidades hermenéuticas a partir de las diversas competencias culturales que atraviesan los haberes y saberes, los imaginarios y las memorias de los varios sectores sociales. Para Martín Barbero (2002), los estudios sobre la comunicación tienen por objeto atender a las mediaciones e inter-

conexiones por las que los productos de las industrias de la comunicación y la cultura proporcionan las matrices de la organización (y de la des- y re-organización) de la experiencia social, de las identidades y las subjetividades. Cuando, desde esta perspectiva, se propone observar la comunicación como mediación, se está entendiendo que ello implica indagar los conflictos y las negociaciones en los que las diferencias de posición, culturales, afectivas, de poder se traducen en discursos, objetos y expresiones simbólicas.

Estas concepciones se distancian tanto de la idea de un sentido común que conformara de manera uniforme a una colectividad de receptores, como de la de una total volatilidad de los mensajes que no aportara referencias comunes capaces de estabilizarse en alguna forma reconocible. Las diferencias sociales y culturales no componen magmas caóticos sino que se organizan y articulan formando discursos, construcciones de memoria y olvido, corrientes, comunidades interpretativas e identidades fluidas, pero no informes. Los estudios sobre comunicación y cultura están llenos de ejemplos de lecturas divergentes de textos mediáticos rebosantes de los lugares comunes del consenso mayoritario —divergencias que han llevado a ver en la recepción una apropiación siempre activa de los mensajes, una elaboración cargada de distancia, a menudo irónica. ¿Se trata de lecturas divergentes individuales o que responden a pautas colectivas? Aunque nos gustaría pensar —conforme a la ideología del individualismo moderno— que cada interpretación es singular y personalísima, se constata que los intereses y los sistemas de sentido que se activan en las lecturas coinciden en sus grandes rasgos en aquellos sujetos que comparten una situación social y cultural, en la cual surgen también diferencias, líneas de afinidad que sugieren otras pertenencias en esos sujetos múltiples que somos. Por ello hay que decir que si es cierto que se parte de condiciones comunes, también lo es que los lugares comunes se crean, se produce activamente el sentido de compartir una localidad simbólica y una identidad (como subraya Appadurai, 1996) y los medios de comunicación son actores fundamentales en este proceso.

La proliferación de espacios regidos por diferentes sistemas de sentido y valor, propia de nuestro tiempo, afecta a la construcción local de los lugares comunes, lo “familiar” y evidente que todos pueden dar por sabido y aceptado, el sistema desde el que organizan su experiencia. Hoy podemos sentir que se está produciendo un vaciamiento de los lugares tradicionales de memoria y de identidad, o que aquellos lugares familiares son sustituidos o desplazados por la enorme popularidad que alcanzan ciertos relatos e iconos de difusión translocal (Lady Di, Harry Potter; Che Guevara...). Para afrontar la mediatización de estas dinámicas de construcción, destrucción, desplazamiento de los territorios de lo común, es preciso atender a aquellas construcciones que son objetivadas en los medios como lugares de reconocimiento de todos o de una parte de la sociedad; observar cómo incorporan el sentido, pero también el sentir, y cómo participan en las mediaciones y los conflictos entre las varias fuerzas y perspectivas sociales (la construcción mediática de la guerra de Irak es un ejemplo de este tipo de proceso, muy diferente en según qué lugares del Globo y qué medios observemos).

La elaboración imaginativa de cada sujeto no está aislada de los procesos sociales de formación de lugares comunes propios de comunidades interpretativas y de

corrientes. Todo espacio cultural e imaginario localizado, toda localidad o territorio, está atravesado por corrientes de diversa relevancia situacional y global. La globalización de la comunicación conlleva la formación de afinidades y semejanzas translocales entre poblaciones que pueden estar muy distantes, o estar próximas espacialmente pero sin contacto interpersonal. Según el ámbito de comunicación que observemos, unas corrientes aparecen como mayoritarias o dominantes, otras como sectoriales, alternativas, emergentes, residuales, etc. Por tanto, para entender la mediatización es fundamental comprender cómo se produce en un entorno de recepción en el que surgen y eventualmente se consolidan corrientes y comunidades interpretativas y afectivas y también que estas afinidades pueden ir o no acompañadas de la percepción de formar una comunidad o una colectividad. De estas consideraciones se derivan preguntas relativas a cómo abordar las dinámicas de la formación de afinidades y afectividades, de vínculos y voces; cómo se articula en las llamadas corrientes y comunidades interpretativas la percepción de formar parte de un “nosotros”, de alguna colectividad singularizada; cómo se diferencia un sector de audiencia de un público y de una comunidad y cómo se pasa de uno a otro. En fin, cómo se relacionan esas formas mediatizadas de vinculación y diferenciación con el orden de lo político.

La cuestión del poder emerge en este panorama en múltiples formas, pero algunas parecen particularmente ineludibles, empezando por la dimensión que se suele llamar ideológica. Todo sistema de sentido es particular, diferenciado de otros posibles. Esta evidencia tiene su relevancia en este ámbito, pues los mundos sociales se sustentan en sistemas de sentido más o menos *dados por descontado*; conforman sistemas de creencias en las que los sujetos “están”, diferentes de los conjuntos de ideas que pueden tener o de las que pueden desprenderse (en el sentido en que decía Ortega, las ideas se tienen, en las creencias se está). Estas creencias orientan las prácticas, los valores, los afectos, los vínculos e implican relaciones de poder. La reflexión no puede detenerse aquí, pues importa señalar que ese carácter más o menos, siempre relativamente, autoevidente de los lugares comunes de la colectividad indica el grado de cierre de ese sistema respecto a creencias alternativas que podrían ponerlo en duda, lo que, a su vez, implica la cohesión mayor o menor de un nosotros social. Los sistemas excluidos pueden estar demasiado distantes para ser percibidos, considerados como otros relevantes (como ocurre, por ejemplo, en los discursos de que habla Butler), o lo suficientemente próximos como para suscitar conflictos de poder, para plantear el derecho a sostener otros puntos de vista, a hablar otro lenguaje. En este sentido J. Rancière sostiene que para que haya política no basta con que haya poder. Hace falta que haya una configuración de una forma específica de comunidad. La política es la constitución de una “esfera de experiencia específica” donde ciertos objetos se ponen como comunes y ciertos sujetos son vistos como capaces de designar esos objetos y de argumentar a su respecto. Lo dado sobre lo que se asienta la política siempre es conflictivo. La actividad política implica un conflicto por decidir qué es palabra y qué grito, por redibujar las fronteras sensibles, la distribución y re-distribución de los espacios y los tiempos, de los lugares y las identidades, de la palabra y el ruido, de lo visible y lo invisible (J. Rancière, 2007: 11-14).

Las diferencias de perspectiva, de sistemas de sentido que atraviesan toda sociedad configuran un espacio polémico, un dinamismo de lucha por la hegemonía que se entrelaza con las estructuras y relaciones de poder de las que socialmente participan sus miembros. La pluralidad de los sistemas de sentido que caben en un ámbito sociocultural es un factor de movilidad de las tradiciones, de hibridación entre las mismas, dado que cada miembro de la audiencia participa en diversas tradiciones que se cruzan y contaminan en su fuero interno y en sus comunicaciones. Pero puede ser también un factor de exclusión, cuando las mayorías, o las minorías mayoritarias, participen en procesos de cierre y reafirmación de la colectividad y de sus señas de identidad e impongan de modo incontestable aquellos supuestos y discursos que sienten como innegociables. Por ello hay que considerar la fluidez que caracteriza nuestros mundos sociales desde perspectivas que nos permitan comprender qué factores intervienen en el dinamismo y la gradualidad de sus procesos de cierre y apertura, de purificación e hibridación.

El sujeto, como se ha señalado, es también afectado por la diversidad social de sistemas de sentido. Si el psicoanálisis nos enseñó a ver el sujeto como no unitario y no transparente a sí mismo, a su conciencia, desde una perspectiva comunicacional —en la que el sujeto se constituye en el encuentro con los otros y con los medios colectivos de lenguaje e interpretación que permiten dar sentido al mundo y a uno mismo— la alteridad es constitutiva de la interioridad y la subjetividad. Las tradiciones discursivas que aquí nos interesan entran en relación con la identidad a través del concepto de territorio. Tomando pie en la etología y en la antropología de estudiosos como R. Ortiz, o A. Appadurai, podemos entender el territorio como aquel ámbito físico o simbólico sentido como propio e incluso como constitutivo por un individuo o una colectividad. Aquello de los que éstos se apropian, en lo que se reconocen e identifican como nuclear en su identidad. Así, la pluralidad de juegos de lenguaje, de mundos de sentido, en que nos implicamos sugiere que más que la identidad singular se considere central el problema de la articulación de las diversas identificaciones del sujeto, así como la conjugación de las múltiples pertenencias con la eventual fusión en una colectividad fuertemente cohesionada.

El carácter virtual, desmaterializado, de los territorios simbólicos, a diferencia de los que se marcan con muros, pasaportes y soldados, no implica que sea fluido siempre y en todo punto. Como señaló en su clásico texto F. Barth (1969), las colectividades establecen a menudo signos discriminatorios innegociables. No importa de qué tipo sean —unas veces son ciertas palabras, otras ciertas banderas, cierta forma de matrimonio o de alimentación— lo relevante es que en un momento determinado una colectividad establece que tal cosa o tal hecho es un signo que marca los límites de su territorio, de lo aceptable e inaceptable para ser de los nuestros. Los signos del territorio, las señas de identidad, varían y se negocian constantemente en la interacción, se transforman en la comunicación con los otros, pero también pueden fijarse para marcar fronteras, discriminar entre nosotros y ellos. Si observamos procesos de fijación e hibridación particulares, situados en un espacio-tiempo singular, veremos siempre intervenir en ellos procesos emocionales, el orgullo de pertenecer y distinguirse, el miedo, la rabia por una humillación recibida, etc., por lo que habrá que considerar cómo introducir este factor en el estudio de esas dinámi-

cas de construcción semiótica de lo propio y lo extraño, de lo negociable e innegociable como marcador de identidad, de modo que podamos contribuir a su necesaria elaboración.

Para C. Mouffe, que sigue en esto a C. Schmitt, en la formación de una identidad colectiva, de un “nosotros” por demarcación de un “ellos”, siempre existe la posibilidad de que esa relación nosotros-ellos se convierta en una de amigos y enemigos, una relación de antagonismo. Esto sucede cuando el otro pasa de ser considerado sencillamente diferente a ser percibido como alguien que cuestiona nuestra identidad o amenaza nuestra existencia (Ch. Mouffe, 2007: 19). Para esta autora, la práctica política en una sociedad democrática no consiste en defender los derechos de las identidades preconstituidas, sino más bien en constituir dichas identidades en un terreno precario y siempre vulnerable (2007: 16). Un sujeto puede estar, bien integrado en un sistema simbólico determinado —al que siente como parte de sí, quizá como su mundo, su suelo incuestionable— bien más o menos distanciado, como alguien capaz de observar cierto sistema y tomar de él esto o aquello. Entre estas posiciones de identificación y distancia hay una gradación que da cabida a infinitas posibilidades. Por ello, interesa comprender, junto con la diversidad, la distancia —cognitiva, afectiva y ética— como dimensiones siempre relevantes en la relación de los sujetos con los sistemas simbólicos y, por tanto, fundamentales en los procesos de apropiación o territorialización de los productos mediáticos. Podríamos así tratar de plantear cuestiones del tipo: cómo construir socialmente la distancia adecuada; cómo manejar el grado de implicación de modo que permita comprometerse con lo público sin anular la apertura que nos permite cuestionarlo desde otras perspectivas, otras posibilidades de identidad en las que nos podemos reconocer o en las que quizá aspiramos a encontrarnos —el análisis de los discursos públicos, como hace algún ejemplo mencionado, es muy necesario en esta línea de abrir ese espacio a perspectivas divergentes de las mayoritariamente consensuadas.

Sobre la cuestión del poder de los medios encontramos en el campo de los estudios sobre la comunicación mediática planteamientos y conclusiones diferentes de los que hemos visto en la teoría social o política. Recogiendo décadas de investigaciones en muy diversos contextos, James Curran sostiene que la influencia de los medios de comunicación se deriva sobre todo del modo en que enmarcan o dan sentido a sus contenidos, más que de un supuesto poder de persuasión (los medios forman parte de la escena social y al tiempo la definen, afirman otros autores, Wolf; 1997; Abril, 1997). Y señala que esa influencia se encuentra restringida por los recursos discursivos de los que las audiencias pueden disponer para su interacción con los textos mediáticos. Es importante reparar sobre todo en que, según estos estudios, una sociedad civil enérgica, unas redes de comunicación alternativa bien desarrolladas, un personal a cargo de los medios con una orientación ética profesional o crítica y la presión de los consumidores pueden combinarse para alejar a una parte de los medios de comunicación de los discursos y los intereses del poder (Curran, 2005: 170 y 260). Más que hablar en términos absolutos, como hace aquí Curran, de “los intereses del poder”, nos interesa pensar en cómo pueden los públicos participar en los juegos de poder, construir los recursos y las redes que les permitan conformarse como actores, como voz relevante, emerger como un público “democráticamente efectivo”.

En un modo similar, Arsenault y Castells (2006), estudian la desinformación durante la guerra de Irak en EEUU, donde, a diferencia de lo que ocurrió en muchos otros lugares, los medios aceptaron acríticamente la versión oficial, según la cual el régimen iraquí tenía armas de destrucción masiva y se hallaba implicado en el atentado del 11-S —un fenómeno escandaloso que no ha suscitado el suficiente escándalo. Consideran que se debió a un conjunto complejo de vínculos que en ese país se dan entre las organizaciones mediáticas y los poderes político y económico y que la desinformación o el engaño de las audiencias dependió de la interacción entre varios factores: las fuentes de información, las acciones de la Administración, incluyendo las orientadas a enmarcar la cuestión y a organizar la agenda de las noticias, el grado de confianza en el gobierno y los niveles, entonces muy elevados, de preocupación o de miedo de esas audiencias ante el terrorismo.

Estas y otras investigaciones muestran que abordar el poder de los medios exige entender las relaciones socio-políticas implicadas en lo que podemos llamar el circuito de múltiples mediaciones, comprendiendo los modos en que se produce el sentir y se interpreta el sentido. Al analizar los varios factores que intervienen, estos estudios tratan de entender las relaciones entre las tecnologías, las prácticas y las dinámicas socio-culturales que han hecho de los medios unas veces un factor de contrapeso del poder constituido, de cambio social y político, mientras otras han servido a la dominación por parte de ciertas élites. Además pueden hacer otra contribución importante cuando ayudan a comprender los modos en que la sociedad civil y los profesionales participan en estas dinámicas y pueden concebir su intervención crítica en ellas, así como el tipo de actuaciones que la harían más efectivas.

Los receptores intérpretes que poseen fuentes de conocimiento e interpretación ricas y diversificadas, que tienen amplios recursos discursivos, como diría Curran, se encuentran en una situación de poder ampliado respecto a los productos mediáticos, a la posibilidad de cuestionarlos o de elaborarlos desde sistemas alternativos o desde intereses no conformes con los previstos por sus emisores. Así mismo, los receptores que pertenecen a mundos sociopolíticos donde pueden hacer valer sus posiciones tienen cierta capacidad de influir en las emisiones mediáticas. Este no es siempre el caso en nuestras sociedades “abiertas”, que sí son sociedades de mercado “libre” de las audiencias, donde las diferentes enciclopedias o “sensibilidades” de esas audiencias cuentan como cantidades estadísticas o demográficas, cuotas, segmentos cuya capacidad de hacer relevantes sus preferencias está sesgada por su poder adquisitivo y su prestigio. Quizá porque “no puede haber público sin una plena publicidad respecto a todas las consecuencias que le atañen” (Dewey 2004: 147), las audiencias no son generalmente públicos “democráticamente efectivos”. Y el problema de cómo hacer emerger estos públicos dotados de algún poder, necesarios para la vida democrática, es actualmente una cuestión política de primer orden. Como escribe S. Benhabib, “el poder no sólo es un recurso social para ser distribuido, como el pan o los automóviles. Es también una red sociocultural de interpretación y comunicación. El diálogo público no es externo sino constitutivo de las relaciones de poder”. Siempre hay ciertas limitaciones implícitas a los modos de discurso público en una sociedad. Y añade que los críticos teóricos están interesados en identificar aquellas relaciones sociales, estructuras de poder y redes socioculturales de comunicación e interpretación del pre-

sente que limitan la identidad de las partes en diálogo, que fijan la agenda de lo que se consideran asuntos apropiados o inapropiados de debate institucional y que santifican el habla de algunos por encima de otros, como el lenguaje del público (S. Benhabib, 2006: 64).

La concepción apuntada en estas líneas entiende la relación de los sujetos con los medios de comunicación como dándose siempre en un circuito socializado en el que hay que hablar de múltiples mediaciones culturales de doble dirección, de entornos de recepción localizados y densos y de la orientación estratégica del trabajo de la imaginación de los receptores, fundamental en la actividad de componer, combinar, adaptar o traducir materiales de diversos orígenes en la formación de los territorios simbólicos e imaginarios. Desde este marco es posible enfocar con más precisión las cuestiones sobre la mediatización, servirse de las múltiples investigaciones sobre los géneros y espacios mediáticos para entender cómo intervienen los medios en la conformación del espacio público, de los imaginarios y de los vínculos sociales. En muchos modos, estas preguntas acerca de los medios se pueden beneficiar de la reflexión sobre las mediaciones en general, ya que para entender cómo interviene cualquier expresión o representación en estos ámbitos, a la vez subjetivos y colectivos, hemos de indagar cómo cada texto o práctica particular participa de y configura formas de comunicación, de conexión entre emisores, públicos, contenidos, tradiciones y sensibilidades. Ninguna imagen, ningún discurso es por sí mismo nada, fuera de la memoria cultural en la que adquiere ciertos sentidos y de las prácticas y rituales que ponen en relación a sus emisores, sus destinatarios y sus mundos de vida. En este sentido, para entender la mediatización es obligado ir más allá de las generalizaciones sobre la querencia de los medios por el espectáculo y estudiar la especificidad comunicativa de las prácticas y los géneros que conforman hoy el espacio mediático.

Es preciso pasar por una constatación básica: no es tanto el poder de los medios lo que hemos de aborrecer, como la carencia de poder de los públicos para, junto con los profesionales de la comunicación, la educación o la investigación, discutir, criticar, contrastar y exigir otras políticas a esos medios, a menudo orientados casi en exclusiva por el interés de los anunciantes y de las corporaciones económicas o políticas que los dominan. La sociedad civil actual pasa necesariamente por el espacio mediático y en esta condición ha de articular formas eficaces de participación. Grupos antes desprovistos de poder han mostrado en el último siglo cómo cambiar las relaciones de dominación implica cambiar las representaciones y el acceso a las mismas, extender la lucha al dominio de lo simbólico y lo mediático, lo que ha transformado las relaciones de poder entre hombres y mujeres o entre diferentes grupos en muchos lugares. Como dice A. Brah (2004: 133) el poder se constituye de forma preformativa en y a través de prácticas económicas, políticas y culturales. Pero si la práctica produce poder entonces es también la práctica el medio para desafiarlo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL, G. 1997, *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid, Cátedra.
- ABRIL, G, CASTAÑARES, W, PEÑAMARÍN, C, SÁNCHEZ LEYVA, M, 2007, “Comunicación”, en Barañano, García, Cátedra, Devillard (coords), *Diccionario de relaciones interculturales. Diversidad y globalización*. Madrid. Editorial Complutense.
- APPADURAI, A. 1996, *Modernity at large: cultural dimensions of modernity*. London and Minneapolis: University of Minnesota Press.
- ARSENAULT, A. y CASTELLS, M. 2006. “Conquering the minds, conquering Iraq: The social production of misinformation in the United States-a case study”, *Information, Communication and Society*, Vol. 9, n.º 3, Junio 2006.
- BARTH, F. 1969, “Introduction”, F. BARTH (ed.) *Ethnic groups and Boundaries*. Bergen-Oslo/Boston. Universitets Forlaget/Little Brown.
- BAUDRILLARD, J. 2006, *La agonía del poder*. Madrid, Círculo de Bellas Artes.
- BENHABIB, S. 2006, *Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global*. Buenos Aires, Katz.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, E. 2002 *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, Akal,
- BUTLER, J. 2006. *Vida precaria. El poder del duelo y la violencia*. Buenos Aires, Paidós
- BRAH, A. 2004. “Diferencia, diversidad, diferenciación”, en Hooks, B, Brah, A. et al., *Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras*. Madrid, Traficantes de sueños.
- CASTAÑARES, W. 2007, “Esfera mediática”, en Barañano, García, Cátedra, Devillard (coords), *Diccionario de relaciones interculturales. Diversidad y globalización*. Madrid. Editorial Complutense.
- CASTELLS, M. 1997, *La era de la información*. Vol. 1. “La sociedad red”. Madrid, Alianza.
- . 1998, “Entender nuestro mundo”, *Revista de Occidente*, 205
- CURRAN, J. 2005. *Medios de comunicación y poder*. Barcelona, Hacer.
- DEWEY, J. 2004. *La opinión pública y sus problemas*. Madrid. Morata.
- INNERARITY, D. 2006. *El nuevo espacio público*. Madrid, Espasa
- LATOUR, B. 2008. *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires, Manantial.
- LATOUR, B. y GAGLIARDI, P. (dirs.) 2008. *Las atmósferas de la política. Diálogo sobre la democracia*. Madrid. Editorial Complutense.
- LASH, S. 2005. *Crítica de la información*. Buenos Aires, Amorrortu.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2002. *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México-Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- MOUFFE, CH. 2007, *Prácticas artísticas y democracia agonística*. Barcelona, ContraTextos,
- MURDOCK, G. 1995, “Las comunicaciones y la constitución de la modernidad”, *Revista de Occidente*. N.º 170-171.
- PEÑAMARÍN, C. 2007, “El hogar y el mundo. La imaginación en los discursos informativos y publicitarios”, *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, 12. Madrid, Universidad Complutense.
- RANCIÈRE, J. 2007. *Politique de la littérature*. Paris, Galilée.
- SARTORI, G. 1998, *Homo videns*. Madrid, Taurus.
- THOMPSON, J. B. 1998. *Los media y la modernidad*. Barcelona, Paidós.
- WOLF, M. 1997, “Las influencias discretas”, *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 3, Madrid, Universidad Complutense.

RESUMEN

Las cuestiones centrales sobre el poder de los medios, sobre cómo intervienen en la conformación del espacio público, en la construcción del nosotros, de los imaginarios y de los vínculos sociales, han de plantearse en paralelo con la cuestión del poder de los públicos en democracia. La doble dirección, que va de los medios a las audiencias y viceversa, es fundamental en la mediatización. Pero también es clave en la política de la era mediática indagar cómo se convierten las audiencias en públicos dotados de algún poder.

Palabras clave: mediación, mediatización, identidad colectiva, público, poder.

Is there political life in the mediated public space?

ABSTRACT

The central questions about the power of the media, about how they intervene in the conformation of the public space, in the construction of the community, of the imaginary and of the social bonds, must be thought about in parallel with the question of the power of the publics in democracy. The double direction that goes from the media to the audiences and vice versa, is fundamental in the mediatization processes. But it is also key in the politics of the media era to investigate how the audiences become a public endowed with some power.

Key words: public space, mediation, mediatization, collective identity, publics, power.