

Medios de comunicación y nación: apuntes para una lectura de fragmentos en la globalización¹

ALEXIS V. PINILLA DÍAZ
JOIMER EDGAR ROBAYO

Abstract

El documento que se presenta a continuación hace referencia a las formas como se han construido los referentes en torno a lo nacional en los contextos de lo local y lo global, aludiendo a sus transformaciones, tensiones y puntos de encuentro. Ocupa un lugar central el análisis histórico de la construcción de lo nacional como un gran producto de la modernidad y de lo global, como un derivado, entre otros, del papel jugado por los medios de comunicación en la conformación de una interpretación sobre la cultura – mundo a la cual asistimos en los inicios del siglo XXI. Estas lecturas se relacionan con las dinámicas comunicativas y su interacción con los procesos de construcción y difusión de lo nacional.

¹ Este documento hace parte del proyecto de investigación La televisión en la familia y la familia en la televisión, cofinanciado por la Comisión Nacional de Televisión y desarrollado en el Departamento de Investigaciones de la Fundación Universitaria Los Libertadores, con la participación de las Facultades de Ciencias de la Comunicación y Ciencias de la Educación.

Introducción

Con el advenimiento de los Estados nacionales en los siglos XVIII y XIX se configuraron espacios sociales y políticos para narrar la nación e igualmente con el fin de construir un imaginario nacional a partir del cual se legitimara el proyecto de instauración del aparato estatal. Para el caso de la Europa occidental, este proceso tenía que ver, según lo argumenta Ernest Gellner², con la consolidación del capitalismo, lo cual tuvo su lugar de inicio en la revolución industrial y la extensión del imperialismo económico a finales del siglo XIX. En lo que tiene que ver con la cuestión nacional en los espacios no desarrollados, Renato Ortiz anota lo siguiente: «*En el Tercer Mundo la nación es una utopía, una búsqueda situada en el futuro. Los movimientos nacionalistas de África a América Latina comparten esa perspectiva. Por eso nuestros modernistas decían: para ser modernos es necesario ser nacionales. Mientras tanto, en ausencia de esa modernidad, la nación sólo podría configurarse como un proyecto, algo dislocado en el tiempo*»³. Asimismo, digamos que la idea de lo nacional se configuró, en el caso de América Latina, como un proyecto de las elites ilustradas que buscaban orientar los destinos de la nación siguiendo la pista de los Estados europeos.

En este sentido, las propuestas de las elites buscaban, «*[...] fijar lo que es la historia común y atar la identidad nacional a la memoria de ese pasado común. Se trata de una operación delicada: nada menos que de rehacer la historia con miras a los retos del presente. Construir una historia nacional implica 'limpiarla' de toda encrucijada, eliminar las alternativas y las discontinuidades, retocar las pugnas y tensiones, redefinir los adversarios y los aliados, de modo que la historia sea un avance fluido que, como imagen simétrica, anuncia el progreso infinito del futuro. La 'historia oficial' no se deja establecer por decreto y así las disputas del pasado pueden perdurar hasta el presente*»⁴.

A pesar de las diferencias en torno al proceso de conformación de la nación en el contexto europeo y latinoamericano, podemos encontrar una similitud, cual es la existencia de espacios en los cuales se difundiera el imaginario nacionalista. En este contexto estamos hablando, en primer lugar, de cómo, con la instauración de los Estados nacionales modernos, se dio origen a los sistemas educativos entendiendo que la escuela debía jugar un papel fundamental en la concreción del imaginario nacional.

Este proceso ha sufrido fuertes cambios y fracturas con el desarrollo del capitalismo global y, particularmente, con la extensión del fenómeno de la globalización, el cual, dicho sea de paso, tiene un carácter fragmentario en la medida en que es apropiado de manera disímil en los diversos escenarios nacionales y locales. Lo anterior nos permite hablar, siguiendo a Boaventura de Sousa, de la existencia de globalizaciones, en plural, en cambio de una noción abarcante de la globalización⁵. El auge de los procesos de globalización ha conllevado a un debilitamiento de la figura de los Estados nacionales y, consecuentemente, a un fracturamiento de los imaginarios nacionalistas. Podríamos decir, que tanto el capitalismo como la globalización han reducido cada vez más el papel del Estado en la regulación social y política, encargando de esta misión al mercado, generando una profunda fragmentación de las comunidades, particularmente en los países de América Latina⁶.

En este contexto, los medios de comunicación han reemplazado la labor de espacios de socialización como la escuela en la promoción del imaginario nacional y, con el advenimiento de la globalización, se han constituido en canales privilegiados para la circulación de los bienes simbólicos

2 Gellner, Ernest. *Naciones y nacionalismo*. México: Alianza, 1988.

3 Ortiz, Renato. *Otro territorio*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1998, p. 120.

4 Lechner, Norbert. «Orden y memoria», en G. Sánchez y M. Wills (compiladores). *Museo, memoria y nación*. Bogotá: Museo Nacional de Colombia, 1999, p. 70.

5 Para este autor, existen cuatro facetas de la globalización, a saber: globalismos localizados, localismos globalizados, cosmopolitismos y procesos de herencia común de la humanidad. Para profundizar en estas facetas ver: De Sousa Santos, Boaventura. *De la mano de Alicia: lo social y lo político en la postmodernidad*. Bogotá: Universidad de los Andes, 1998.

6 Al respecto ver: Lechner, Norbert. «La búsqueda de la comunidad perdida: los retos de la democracia en América Latina», en *Revista Fin de Siglo*, N° 5, Universidad del Valle, Cali, junio de 1993.

del capitalismo cultural. En esta perspectiva, los medios de comunicación han contribuido fuertemente con el fraccionamiento de proyectos colectivos y evidenciado la crisis de la nación como ente aglutinador en el ámbito social, político y cultural. Para mostrar este fenómeno, a continuación haremos una breve referencia a los estudios sobre los medios de comunicación en Colombia y sus relaciones con el ámbito político y público y, posteriormente, realizaremos algunos acercamientos analíticos a las tensiones que se presentan entre el concepto de nación y los procesos de globalización.

El análisis de los medios de comunicación en Colombia

Según Jesús Martín – Barbero y Germán Rey⁷, los estudios sobre comunicación en el país se inician a finales de la década de los 50, con los análisis sobre la difusión e innovaciones educativas a través de los medios, desarrollados por entidades como el Instituto Colombiano Agropecuario, el Instituto Colombiano para la Reforma Agraria, la Acción Cultural Popular y el Fondo de Capacitación Popular, quienes recibieron el apoyo financiero de los Estados Unidos y orientaron los análisis hacia el tema de comunicación para el desarrollo.

En los años 70, el eje transversal de los análisis sobre comunicación fue la penetración del imperialismo cultural de los Estados Unidos, a través de la difusión y proliferación de programas de televisión provenientes de la potencia norteamericana. Paralelamente a tales estudios se hicieron análisis en torno a la trama económico – política que sustentaba la dominación cultural de este país sobre el continente latinoamericano. No obstante, las investigaciones de esta década tuvieron un carácter demasiado cerrado (estructuralista), que les impidió ver la variedad de significados y sentidos que tienen los medios de comunicación en la construcción cultural de nuestro país. Así, es sólo para

la década de los 80 (con la labor de algunas facultades de comunicación Social, el Cinep y la Fescol) que se consolidan líneas de investigación, dando paso a investigaciones empíricas a través de las cuales se evidencia la multiplicidad del fenómeno de la comunicación en nuestro contexto cultural.

Para la década del 90 el énfasis de las investigaciones se hizo en el proceso de industrialización de los medios de comunicación y en la reconfiguración de las relaciones entre lo público y lo privado, a partir de los procesos de recepción y consumo. Así mismo, hubo un especial interés por analizar el papel que cumplen los medios de comunicación en la resignificación de la esfera de lo político y en la reconstrucción de nuevas formas de ciudadanía. En esta perspectiva, se empezó a tomar a los medios no sólo como intermediarios en los procesos políticos, sino también como actores sociales que producen sentidos y significados sobre la realidad. De manera general podemos anotar, siguiendo a Martín-Barbero y Rey, que las diferentes tendencias e investigaciones en nuestro país sobre el tema de la comunicación revelan una fuerte paradoja: *«Mientras existe un indudable encuentro de las propuestas epistemológicas y los debates metodológicos que se experimentan en las ciencias sociales con los que se plantean y trabajan en el campo de comunicación [...] en el terreno de los problemas y las demandas sociales el desencuentro es grande. Desde las ciencias sociales se desconoce la importancia política y cultural de los procesos y medios de comunicación, mientras en el espacio académico de los estudios de comunicación hay un generalizado desconocimiento del espesor social y político de la comunicación. La reticencia de la investigación social [...] a valorar como problemas dignos de investigación lo que pasa en los medios, pues allí sólo habría una 'subcultura' del entretenimiento, se verá complementada por la miopía de los estudios del campo acerca de la relación de los medios con los conflictos sociales de este país y con la incomunicación política que los medios catalizan»*⁸.

7 **Martín-Barbero**, Jesús y **Rey**, Germán. «La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia», en F. **Leal** y G. **Rey** (editores). *Discurso y Razón. Una historia de las ciencias sociales en Colombia*. Bogotá: Ediciones Uniandes, Fundación Social, Tercer Mundo Editores, 2000.

8 *Ibid.*, p. 257.

Asimismo, los procesos de ‘virtualización’ de la política, caracterizados por el ingreso no sólo de discursos públicos a espacios privados por vía de la televisión, sino además por la incursión de los políticos en la escena de los medios, ha mostrado la necesidad de profundizar en estudios en los que se mire de manera articulada la organización de la política y los medios de comunicación y el papel que cumple la publicidad mediática en la promoción de imágenes sobre lo político, atendiendo a que, según Joan Ferrés, *«el discurso político se parece cada vez más al publicitario. Cada vez consiste más en seducir que en convencer. Cada vez se mueve menos por motivaciones de carácter funcional – es decir, ideológico, doctrinal – y más por motivaciones de carácter emotivo, sensitivo. Cada vez se apoya más en el pensamiento asociativo que en el racional. Cada vez valora más la imagen que la realidad»*⁹.

Atendiendo a esta necesidad investigativa, durante los últimos años se han llevado a cabo algunos estudios relacionados con el papel que cumplen los medios de comunicación en los procesos de socialización política de los individuos y, en general, en la difusión y distribución de imaginarios políticos. Para Martín-Barbero, las transformaciones tecnológicas y comunicativas, propias de las décadas de finales del siglo XX, han dado lugar a la emergencia de nuevas sensibilidades que inciden en los procesos de rompimiento de las identidades tradicionales¹⁰. Para este autor, el acercamiento entre la comunicación y la política da lugar a dos opciones analíticas sobre los medios de comunicación. Por un lado, existe una mirada *sustitutiva*, en la cual se sugiere que los medios llenan el espacio que dejan los gobernantes y las instituciones democráticas en lo concerniente a la reflexión y resolución de los conflictos; por otro lado, se encuentra la mirada *constitutiva*, en la que los medios de comunicación son asumidos como *«nuevos modos de representación de las identidades, de las expectativas, de los miedos, de las esperanzas, de las ilusiones»*¹¹.

Además del papel que cumplen los medios en la construcción / difusión de imágenes sobre lo político, es conveniente tener en cuenta que este proceso está en estrecha relación con las características culturales de las poblaciones a las cuales se dirigen los medios. Digamos que en la actualidad estamos asistiendo a una *construcción visual de lo social*¹². Las telenovelas, los *reality show* e, incluso, los mismos noticieros, han sido encargados de construir otros horizontes de sentido para nuestra experiencia social y política. Cabe aclarar que este proceso no ocurre de manera unidireccional – de los medios a la gente – sino que de lo que se trata es de un juego dinámico, un diálogo, en el cual desde los medios se recoge algo de las expectativas y anhelos de la población y se construyen imágenes sobre la realidad, lo que conlleva a un doble fenómeno: por un lado, tiene lugar una «espectacularización» de la realidad, que la confunde incluso con la farándula, y, por otro, las imágenes de los medios construyen visualmente lo social, dándole sentido, en parte, a la experiencia cotidiana de los sujetos.

En lo concerniente a los desafíos y cruces entre la política y los medios de comunicación, Fabio López de la Roche sugiere que las características del mercado cultural, de las industrias culturales, han cerrado progresivamente la posibilidad de que desde los medios se construyan opiniones críticas en torno a lo político y lo social. El ingreso al mercado global del espectáculo por parte de artistas, periodistas, personalidades políticas, etc., impide que éstos asuman actitudes que no estén a tono con las exigencias de los dueños, productores y directores de los medios de comunicación. En esta perspectiva, para López es necesario volver a mirar con detenimiento el poder político de los medios y los procesos de dominación que se promueven y orientan desde los mismos, sin dejar de lado los análisis relacionados con la teoría de las mediaciones y los estudios de recepción. La idea es, entonces, redimensionar el papel que los medios de comunicación están cumpliendo a nivel

9 Ferrés, Joan. *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós, 1996, p. 204.

10 Martín-Barbero, Jesús. «Retos culturales de la comunicación a la educación», en *Gaceta*, N° 44 – 45, Bogotá, enero – abril de 1999.

11 Martín-Barbero, Jesús. «Culturas populares e identidades políticas», en *Entre públicos y ciudadanos*. Lima: Calandria, 1994, p. 28.

12 Martín-Barbero, Jesús. «Política y comunicación. Desfiguraciones de la política y nuevas figuras de lo público», en *Revista Foro*, N° 45, Bogotá, septiembre de 2002.

político y hegemónico en el contexto de la globalización y, a su vez, la manera en que se ha venido constituyendo un nuevo tipo de relaciones imperiales a través de los medios.

En palabras de López, «[...] *no se trata de volver al funcionalismo marxista en la mirada sobre las relaciones entre los medios y la sociedad, a aquellas visiones mecanicistas y absolutas donde la dominación mediática implicaba un cierre total donde la única alternativa que quedaba abierta era la de la subversión política y militar del sistema y el reemplazo del subsistema mediático por uno totalmente nuevo y revolucionario en manos del pueblo y de sus elites esclarecidas. Tampoco de retornar a la idea de la alineación como falsa conciencia, sobre la base de la suposición de que existe una conciencia verdadera, asociada a una única ideología emancipadora. Creo que de lo que se trata es de volver a pensar la dominación y el poder mediáticos, con todos los matices y problematizaciones aportados por la teoría de la recepción y de las mediaciones sociales de la comunicación en cuanto a la influencia social de los medios, pero también con todas las potencialidades en términos de alternatividad política y cultural, de pluralismo de la representación y de alteridad que esas mismas teorías entrañan*». ¹³

Podemos ver que mientras la política pierde su carácter articulador de la vida social y en la proposición de referentes para consolidar el imaginario nacional, los medios están jugando un papel cada vez más significativo en las decisiones políticas y en la vida cotidiana de la gente ¹⁴. En la actualidad hay una demanda de los ciudadanos relacionada con el acceso a la multiplicidad de escrituras, lenguajes y discursos que condicionan las decisiones políticas que afectan al grueso de la población nacional ¹⁵. En esta perspectiva, dentro

de la resignificación de la ciudadanía que caracteriza el momento actual, hay un interés creciente por el derecho a la información y el acceso a los medios; éstos se constituyen en instancias del debate político, en lugares donde se configuran culturas políticas y se producen conceptos, ideas y representaciones de lo social ¹⁶.

Teniendo en cuenta los referentes investigativos mencionados hasta el momento, a continuación sugerimos algunos acercamientos en torno a las relaciones existentes entre medios, nación y globalización.

Los medios y las gramáticas sobre lo social y lo nacional

Como sugerimos con anterioridad, el proyecto de la modernidad trajo consigo la consolidación de los Estados nacionales, inicialmente como una forma de organización política y económica y posteriormente como un referente social central, en correspondencia con las formas organizativas del trabajo, la naciente industrialización y su tránsito hacia la implantación de la técnica y del desarrollo tecnológico. Estos fenómenos ocasionaron tensiones tanto en la forma como se ha ido configurando lo que en el presente conocemos como sujetos sociales, como en el papel de estos últimos en la construcción de lo nacional.

La aparente hegemonía en la interpretación de lo nacional, de lo local y lo mundial y, más recientemente lo global, parecería clara, pero si se mira con detenimiento han sido más universalizadas las interpretaciones que el lugar que éstas han tenido en las sociedades. El lenguaje en el cual se inscriben las denominaciones y sus dinámicas comunicacionales son el objeto del saber contemporáneo, del vivir del hombre como ser social y de su pertenencia al Estado, a la nación y ahora como un ciudadano del mundo en una gran aldea global, inscrito en una globalización que nace en la pretensión económica de apertura de los mercados, pero que incide en la cotidianidad de los sujetos no solamente de países desarrollados, como ini-

13 **López de la Roche**, Fabio. «Opinión, información y ficción en los medios colombianos», en *Revista Foro*, N° 45, Bogotá, Fundación Foro, septiembre de 2002, p. 71.

14 **Rey**, Germán. «Espacios abiertos y diversidad temporal: las relaciones entre comunicación y política», en *Lo político desde la comunicación*, Cuadernos Ocasionales No. 1, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Maestría en Comunicación, 1999.

15 **Rey**, Germán. *Balsas y Medusas: visibilidad comunicativa y narrativas políticas*. Bogotá: Fescol, Fundación Social, Cerec, 1998, p. 184.

16 **Ospina**, H., **Alvarado**, S. y **Moreno**, L. (compiladores). *Educación para la paz. Una pedagogía para consolidar la democracia social y participativa*. Bogotá: Magisterio, 1999.

cialmente se pensó, sino justamente en los llamados países en vías de desarrollo. La decadencia de las imágenes de los héroes y los próceres con las que crecieron muchas de nuestras generaciones, al igual que la transformación forzada de las instituciones que detentaban el dominio de lo ideológico, son apenas una muestra de esta atomización de identidades y hegemonías.

En este contexto es importante ver cómo desde comienzos del siglo XX han cobrado fuerza los medios de comunicación en la transformación de las nociones sobre lo social, lo económico, lo político, lo ideológico, etc. Los medios han transformado las prácticas cotidianas de los sujetos, introduciéndolos en nuevas formas de mirar el mundo y mirarse a sí mismos y, además, han cambiado de manera determinante la forma de hacer política, convirtiéndose en espacios estratégicos para la construcción de referentes como la nacionalidad, la ciudadanía, el Estado y la sociedad civil, entre otros.

Para el caso de América Latina se ha propuesto que la modernidad ingresó, justamente, vía los medios de comunicación. Para Martín-Barbero, el presente relativizado, aquel que impide rescatar el pasado y desde allí construir formas de interpretación de un acontecer cada vez más corto¹⁷, marca el carácter constitutivo de lo histórico en los ciudadanos modernos; con ello hace referencia al papel de los medios en la construcción de la memoria. De esta manera, *«Resulta [...] bien sintomático que lo que pasa en el plano tecnológico de la información esté dando la pauta sobre los criterios con que ella es valorada. Lo que vale como noticia es lo que nos conecta con el presente de lo que está pasando – atención a este verbo «pasar», pues en su equivocidad nos habla de un presente que no tiene reposo sino que pasa y pasa a toda velocidad –, que es lo que a su vez hace que el tiempo en la pantalla de cualquier acontecimiento deba ser también instantáneo y equivalente: tanto dura una masacre de campesinos como una nota de*

*farándula, pues en la economía del tiempo de la televisión ¡valen lo mismo!»*¹⁸

Esta velocidad de la información tiene que ver con la valoración de los acontecimientos: ya no se trata de la cantidad de información, sino de su pertinencia. El sujeto que busca referentes los encuentra en abundancia, pero en su mayoría inconnexos con su realidad circundante, lo que ha conducido, entre otras cosas, a manifestaciones plenamente modernas a nivel del dispositivo tecnológico empleado, pero enraizadas en el mito y en rituales cuyos símbolos dan cuenta de entremezclados que en apariencia no son homólogos, pero que permiten conectar a los sujetos a puntos de encuentro donde incluso la identidad es totalmente relativizada. A este respecto Martín – Barbero¹⁹, rescata el matiz de la identidad en relación con los medios, aludiendo al *chat* como uno de los espacios donde se puede ser, por ejemplo, una joven esbelta de 18 años, con diversas características deseadas por hombres de distintas edades y en realidad ser un hombre de proveya edad o un adolescente, porque a la luz de lo representado en el chat esto ya no es verificable y, en general, no interesa como principio de interacción.

El juego de recambio en estas nuevas formas de lenguaje, que implícitamente comportan las gramáticas abundantes en referentes y difusas en su cadena de sentidos, permite la instantaneidad del sujeto, asunto que no puede ya sostenerse bajo una gramática oficial del dominio de la ley y de las leyes. El advenimiento de otras formas de entender y expresar las vinculaciones de los sujetos sociales tiene una doble vía: por una parte, permitir que los sujetos traseguen por estos espacios entremezclados de oficialidad y anarquía, de costumbres cortesanas y barbarismos urbanos; y, en segundo lugar, reducen el espacio – tiempo de los sujetos sociales a las preferencias de los medios, aun con la infinita variedad que en éstos se pueda mostrar. A este respecto el papel de quienes trabajan en el tema de la cultura debe estar ligado a los medios de comunicación, ya que la crítica marginal, aun siendo erudita, no permite un desarrollo

17 Martín-Barbero, Jesús. «Cambios en la percepción de temporalidad», en Sánchez Gómez, Gonzalo-Wills Obregón, María Emma (comp). *Museo, memoria y nación. Misión de los museos nacionales para los ciudadanos del futuro*. Bogotá: Ministerio de cultura, 1999.

18 Ibid., p. 37

19 Seminario Internacional: *Subjetividades contemporáneas, debates sobre el sujeto*. Universidad Central, Bogotá, 21-25 de abril de 2003.

conectado al fenómeno cultura-mundo al que estamos asistiendo y distancia a la academia de su centro de estudio.

Estos retos que nos imponen los medios de comunicación, no como un fenómeno tecnológico, sino justamente en su carácter político, económico, educativo, estético y cultural²⁰, permiten que los estudios culturales se constituyan en uno de los campos desde donde realizar un análisis más integral del papel de los medios como constructores y transformadores de la realidad y de la cotidianidad de los sujetos sociales²¹. La televisión, como uno de los medios más representativos en la construcción de lo social y en la difusión de referentes sobre la nacionalidad, la sociedad civil, la ciudadanía, entre otros, debe ser objeto de revisión por parte de padres, educadores, académicos y otros actores sociales.

Los actos sociales, a la manera como los cuestionara Durkheim, como todo aquello que pasa en la sociedad, transcurren hoy por la mediación, entendida ésta como el espacio de interacción entre los sujetos y los medios, atravesados por el juego de intereses, en el cual se impone no sólo la conveniencia, sino también el gusto; tanto lo que se expresa como lo que se calla, como otra forma de expresión mediática. En esta suerte de ideas, el papel del Estado debe estar sintonizado con el desarrollo de los ciudadanos en comunidad con los medios, especialmente haciendo énfasis en aquellos de mayor expansión como la televisión y las redes de información, ya que además de su carácter económico, las formas de transmisión y de construcción que se imponen no están consultando al Estado, de allí que los ciudadanos le estén demandando a éste su participación y apropiación de un papel dinamizador y facilitador de los procesos de participación, interacción y aprendizaje en y con los medios.

Empero, para analizar el papel de los medios en la construcción de lo social y lo nacional en nuestro contexto, es indispensable no perder de vista las características del conflicto político colombiano. Para William Fernando Torres, el conflicto ha impedido,

en gran medida, la creación y difusión de narrativas sobre lo nacional a través de los medios de comunicación y de la escuela. Para este autor, así como en las décadas de los 60 y 70, tanto en la escuela como en los medios, era posible la reconstrucción de lo nacional a partir de la difusión de determinadas imágenes, en lo concerniente a las décadas de los 80 y 90 esta posibilidad se ha vuelto difusa por los efectos de la violencia. De hecho, la agudización del conflicto colombiano ha fracturado los imaginarios sobre lo nacional y, a su vez, ha debilitado la acción de escenarios como la escuela y los medios de comunicación en esta tarea de promoción de lo nacional²². Empero, es necesario considerar que el conflicto político y militar ha permitido visibilizar una parte del país, una parte del nosotros, que no conocíamos o, por lo menos, nos era difícil reconocer. Las noticias sobre la situación política de diversos municipios y regiones ha mostrado una realidad con la cual convivimos día a día los colombianos y que, en muchas ocasiones, no deseamos aceptar.

En conclusión, una de las prioridades para acercarse a la relación que se teje entre medios, globalización y construcción de nación, es analizar cuáles son los imaginarios y/o referentes de país, de ciudad, de ciudadano, de sujeto, etc., que están circulando por los medios; es decir, el análisis debe hacer énfasis en la forma como los medios de comunicación están narrando el país, aquel que está seriamente fragmentado por el conflicto armado, la severa crisis económica, la corrupción política, entre otros aspectos. Así mismo, se hace prioritario dotar a los ciudadanos de capacidad de acción política respecto a la creación y circulación de sus propios mensajes, para que de este modo puedan ingresar a la agenda de la opinión pública temas de interés general y no sólo del interés particular de los empresarios que controlan los medios de comunicación²³. En esta dimensión se trata de recono-

20 **Orozco Gómez**, Guillermo. *Televisión, audiencias y Educación*. Bogotá: Norma, 2001.

21 **Reynoso**, Carlos. *Apogeo y decadencia de los estudios culturales*. Barcelona: Gedisa, 2000.

22 **Torres**, William Fernando. «¿Generar competencias culturales? Retos de la escuela y los medios para formar sujetos en medio de la guerra colombiana y la globalización», en **Herre-ra**, M. y **Díaz**, C. *Educación y Cultura Política: una mirada multidisciplinaria*. Bogotá: UPN, Plaza & Janés, 2001.

23 **Santana**, Pedro. «Opinión pública, culturas políticas y democracia», en *Nómadas*, N° 9, Universidad Central, septiembre de 1998 – marzo de 1999.

cer las múltiples dimensiones de la categoría de ciudadanía, pasando de considerarla como una categoría dada por fuera de la experiencia de la gente (*ciudadanía virtuosa*) y centrándola en las ciudadanías realmente existentes.

Lo anterior nos permitiría ver, además, la crisis por la que están atravesando categorías conceptuales como nación, nacionalismo, ciudadanía, entre otras (algo que enuncia Boaventura de Sousa Santos como una época de *epistemicidio*). En relación con conceptos como nación y nacionalidad, la globalización, así sea de manera tangencial como lo sugiere Nestor García Canclini²⁴, ha puesto en evidencia la necesidad de re – pensar el contenido de los mismos, es decir, de darles a tales conceptos un contenido que tenga que ver más con las características – políticas, culturales, sociales – del momento actual que con los sustentos epistemológicos y políticos que les dieron su origen en el siglo XIX. Siguiendo a Renato Ortiz, podemos sugerir que *«la globalización es una situación histórica en la cual las relaciones sociales son redefinidas. Para aprehenderlas es necesario*

*repensar determinados aspectos de las ciencias sociales. En rigor, no se trata de un cambio paradigmático [...] sino de nuestra provisión de conceptos que, debido a la propia historicidad del objeto, fueron acuñados para dar inteligibilidad a otro concepto»*²⁵.

La pregunta debe centrarse, entonces, en el papel que cumplen los medios de comunicación en el proceso de re – construcción política y conceptual de algunas categorías centrales para el análisis social, es decir, en cómo desde los medios se están dando nuevos contenidos y sentidos a nociones como ciudadanía y nación, teniendo en cuenta las dinámicas sociales y culturales de la vida cotidiana de la gente. En cuanto a la nación, podríamos centrar los análisis en observar cómo los medios de comunicación han incidido en los referentes clásicos para definir lo nacional, cuales son las fronteras, la soberanía, la identificación del ciudadano con el Estado y la política interna de este último²⁶. ¿Hasta dónde le celeridad de la globalización nos permitirá detenernos pausadamente a analizar tales elementos?



24 **García Canclini**, Nestor. *La globalización imaginada*. Barcelona: Paidós, 1999.

25 **Ortiz**, Renato. Op. cit, p. 179.

26 **Miller**, David. *Sobre la nacionalidad*. Barcelona: Paidós, 1997.

Bibliografía

- De Sousa Santos**, Boaventura. *De la mano de Alicia: lo social y lo político en la postmodernidad*, Bogotá, Universidad de los Andes, 1998.
- Ferrés**, Joan. *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Barcelona, Paidós, 1996.
- García Canclini**, Nestor. *La globalización imaginada*, Barcelona, Paidós, 1999.
- Gellner**, Ernest. *Naciones y nacionalismo*, México, Alianza, 1988.
- Lechner**, Norbert. *La búsqueda de la comunidad perdida: los retos de la democracia en América Latina*, en *Revista Fin de Siglo*, N° 5, Universidad del Valle, junio de 1993.
- Lechner**, Norbert. *Orden y memoria*, en G. Sánchez y M. Wills (compiladores) *Museo, memoria y nación*, Bogotá, Museo Nacional de Colombia, 1999.
- López de la Roche**, Fabio. *Opinión, información y ficción en los medios colombianos*, en *Revista Foro*, N° 45, Bogotá, Fundación Foro, septiembre de 2002.
- Martín-Barbero**, Jesús. *Cambios en la percepción de temporalidad*, en Sánchez Gómez, Gonzalo-Wills Obregón, Maria Emma (comp), *Museo, memoria y nación. Misión de los museos nacionales para los ciudadanos del futuro*, Bogotá, Ministerio de cultura, 1999.
- Martín-Barbero**, Jesús. *Culturas populares e identidades políticas*, en *Entre públicos y ciudadanos*, Lima, Calandria, 1994.
- Martín-Barbero**, Jesús. *Política y comunicación. Desfiguraciones de la política y nuevas figuras de lo público*, en *Revista Foro*, N° 45, Bogotá, septiembre de 2002.
- Martín-Barbero**, Jesús. *Retos culturales de la comunicación a la educación* en *Gaceta*, N° 44 – 45, Bogotá, enero – abril de 1999.
- Martín-Barbero**, Jesús y **Muñoz**, Sonia. *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, Bogotá, Tercer Mundo, 1992.
- Martín-Barbero**, Jesús y Rey, Germán. *La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia*, en F. Leal y G. Rey (editores), *Discurso y Razón. Una historia de las ciencias sociales en Colombia*, Bogotá, Ediciones Unian-des, Fundación Social, Tercer Mundo Editores, 2000.
- Miller**, David. *Sobre la nacionalidad*, Barcelona, Paidós, 1997.
- Montoya**, M. y Cano, F. *La telenovela: el milagro del amor*, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, 1989.
- Orozco Gómez**, Guillermo. *Televisión, audiencias y Educación*, Norma, Bogotá, 2001.
- Ortiz**, Renato. *Otro territorio*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998.
- Ospina**, H., Alvarado, S. y Moreno, L. (compiladores), *Educación para la paz. Una pedagogía para consolidar la democracia social y participativa*, Bogotá, Magisterio, 1999.
- Rey**, Germán. *Espacios abiertos y diversidad temporal: las relaciones entre comunicación y política*, *Lo político desde la comunicación*, Cuadernos Ocasionales No. 1, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Maestría en Comunicación, 1999.
- Rey**, Germán. *Balsas y Medusas: visibilidad comunicativa y narrativas políticas*, Bogotá, Fescol, Fundación Social, Cerec, 1998.
- Reynoso**, Carlos. *Apogeo y decadencia de los estudios culturales*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- Rodríguez**, C. y **Téllez**, M. *La telenovela en Colombia. Mucho más que amor y lágrimas*, Bogotá, Cinep, 1989.
- Santana**, Pedro. *Opinión pública, culturas políticas y democracia*, en *Nómadas*, N° 9, Universidad Central, septiembre de 1998 – marzo de 1999.
- Torres**, William Fernando. *¿Generar competencias culturales? Retos de la escuela y los medios para formar sujetos en medio de la guerra colombiana y la globalización*, en **Herrera**, M. y **Díaz**, C. *Educación y Cultura Política: una mirada multidisciplinaria*, Bogotá, UPN, Plaza & Janés, 2001.