

Medios de comunicación, pobreza y representaciones

Jeremiah O'Sullivan Ryan, *
María Auxiliadora Banchs y
Luis Pedro España

Resumen

El día 30 de enero de 2004, el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB) realizó un foro al que convocó a tres especialistas de tres disciplinas distintas: María Auxiliadora Banchs, psicóloga social de la Universidad Central de Venezuela (UCV), cuyo campo de investigación es la teoría de las representaciones sociales; Luis Pedro España, sociólogo, director del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la UCAB (IIES-UCAB) y responsable del Proyecto Pobreza; y Jeremiah O'Sullivan, comunicólogo, profesor de las cátedras de Ética y Teoría de la Comunicación en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y miembro del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales ante el Vaticano. La premisa con las que se estimularon las reflexiones de los especialistas fue la siguiente: "En una sociedad impregnada de signos mediáticos, la elaboración de discursos sobre la realidad pasa por las apariencias y las visiones del mundo que proporcionan los medios de comunicación social. Si bien las representaciones sociales y mediáticas poseen sus respectivos espacios, podríamos aventurarnos a proponer una lógica a ser tomada en cuenta para analizar las

representaciones, tanto social como mediática, de la pobreza: los propósitos que elaboramos sobre la realidad y compartimos con nuestros semejantes están sujetos a la influencia de los signos, forjados a voluntad, por los medios de comunicación según sus intereses y criterios de censura particulares”.

Palabras clave: pobreza; medios de comunicación; representaciones sociales.

Abstract

Media, Poverty, and Representations. A Forum Celebrated on January 30th 2004 in Universidad Católica Andrés Bello

On January 30th 2004, Andrés Bello Catholic University's Communication Research Center (CIC-UCAB) organized a discussion with a group of specialists in three different disciplines: María Auxiliadora Banchs, social psychologist of Central University of Venezuela (UCV), whose research field is the social representations theory; Luis Pedro España, chairman of UCAB's Institute of Economic and Social Research (IIES-UCAB) responsible of Proyecto Pobreza; and Jeremiah O'Sullivan, specialist in communications, professor of ethics and theory of communication in UCAB Social Communication School, and member of the Pontifical Council for Social Communication in The Vatican. This is the premise that stimulated the specialists' elaborations: "In a society impregnated of media signs, our speeches about reality have to go through appearances and world visions provided by the media. Although social and mediatic representations possess their own domains, we could suggest a logic worth to be taken into account in order to analyze social and mediatic representations of poverty: our ideas about reality, which we share socially, depend on the influence of signs developed by the will of media according to their interests and particular censorship criteria”.

Keywords: poverty; media; social representations.

Résumé

Médias, pauvreté et représentations. Forum organisé dans l'Universidad Católica Andrés Bello le 30 janvier 2004.

Le 30 janvier 2004, le Centre de Recherche en Communication de Université Catholique Andrés Bello (CIC-UCAB) a réalisé un forum auquel ont participé des spécialistes de trois disciplines différentes : María Auxiliadora Banchs, psychologue sociale de la Université Centrale du Venezuela (UCV), dont le domaine de recherche est la théorie des représentations sociales ; Luis Pedro España, sociologue, directeur de l'Institut de Recherches Économiques et Sociales de l'UCAB (IIES-UCAB) et responsable du Projet

Pauvreté ; et Jeremiah O'Sullivan, communicologue, professeur d'éthique et de théorie de la communication au sein de l'école de communication sociale de l'UCAB et membre du Conseil Pontifical pour les Communications Sociales auprès du Vatican. La prémisse à partir de laquelle les intervenants développèrent leurs réflexions fut la suivante: "Dans une société imprégnée de signes médiatiques, l'élaboration de discours sur la réalité passe par les apparences et les visions du monde que les médias fournissent. Bien que les représentations sociales et médiatiques possèdent leurs espaces respectifs, nous pourrions nous aventurer à proposer une logique pour analyser les représentations, tantôt sociales, tantôt médiatiques, de la pauvreté: les propos sur la réalité que nous élaborons et que nous partageons avec nos interlocuteurs dans nos échanges dépendent de l'influence des signes, forgés à volonté, par les médias en fonction de leurs intérêts et de leurs critères de censure particuliers".

Mots clés: pauvreté ; médias ; représentations sociales.

Hemos editado el foro colocando en primer lugar la pobreza propiamente dicha (Luis Pedro España), para pasar a tratar el rol ético, de los medios ante el problema de la pobreza (Jeremiah O'Sullivan) y culminar estableciendo un vínculo entre la pobreza y sus representaciones sociales y mediáticas (María Auxiliadora Banchs). En lugar de repetir la premisa a lo largo de las intervenciones de los participantes o de interrumpir sus exposiciones con preguntas puntuales, hemos preferido jerarquizar sus desarrollos destacando las temáticas abordadas por cada uno y resaltando las coincidencias entre ellos mismos. Al comienzo del apartado de cada invitado, figura un sumario de los contenidos abordados durante su intervención.

Luis Pedro España

El director del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la UCAB se refirió a la homogeneidad, de pensamiento y de valores culturales, que condicionan la pobreza en Venezuela entre los grupos pobres y no pobres y al rol del Estado en la creación de representaciones de alcance nacional. Sobre los medios señaló su tendencia a estigmatizar la pobreza, a ofrecer cifras alarmistas que no se ajustan a la realidad y a reflejar la creencia errónea según la cual los casos individuales de personas que lograron salir de la pobreza pueden proporcionar soluciones de alcance social.

1. Los no pobres piensan como pobres

En un libro que el IIES-UCAB y el equipo del Proyecto Pobreza ha preparado, y que se titula *Condicionantes culturales de la pobreza en Venezuela*, se muestra que la homogeneidad de creencias tanto de los sectores pobres como de los más favorecidos en Venezuela son considerables. No es sorprendente pensar que el fatalismo exista en los sectores populares. La novedad es que haya fatalismo en los sectores más altos de la sociedad venezolana. El gran hallazgo del estudio sobre los condicionantes culturales de la pobreza es que los ricos piensan como pobres. Existe una particularidad en todo esto que consiste en la unión de un componente de cultura del petróleo aunado a la importancia del Estado.

2. El Estado y la creación de representaciones

Para poder mantener y para poder señalarle a los individuos más sencillos de las sociedades cuál es la conciencia colectiva que les

corresponde, es necesario producir "representaciones colectivas", empleando el término acuñado por Émile Durkheim. Y uno de los fenómenos importantes en Venezuela es que muchas de las representaciones colectivas que forman la identidad del venezolano han sido inventadas por el Estado (la flor de mayo, el araguaney como árbol nacional y el joropo como baile nacional fueron inventados y sistematizados durante la dictadura de Marcos Pérez Jiménez). Hoy en día estamos anclados a representaciones colectivas que no se ajustan a nuestra realidad.

3. Las representaciones estigmatizadas de los medios, más un ejemplo feliz

Los medios de comunicación tienen por su parte otra cuota de responsabilidad en la creación de representaciones. La visión de la pobreza ofrecida por los medios es plana. No se logra hacer una diferenciación entre "lo popular" y "la pobreza". Lo popular no es la pobreza, y una de mis grandes disputas con los medios de comunicación –sobre todo en medio de la coyuntura política que estamos viviendo– parte de la tentativa de aclarar esa confusión. La heterogeneidad de lo popular no es perceptible por los medios de comunicación. En general, parten de la estigmatización para tratar lo popular, lo cual arremete contra muchas personas. ¿Es posible que por televisión se muestre la pobreza sin estigmatizarla? Sí se puede y se lo demuestro con un caso. Vale TV se acercó al IIES para producir una serie de documentales sobre la pobreza. La pregunta de partida fue: ¿cómo se puede hacer para montar una serie de micros que permitan mostrar parte de los resultados de los trabajos del Proyecto Pobreza y parte de los recursos que hay en los barrios para enfrentar el problema de la pobreza? Se pensó al comienzo en hacer siete micros de tres minutos y así evitar aplanar demasiado los contenidos. Sin embargo terminamos haciendo ocho microdocumentales de diez minutos cada uno.

4. Las estadísticas de la pobreza infladas por los medios. Los favores del *marketing*

En Venezuela existió durante mucho tiempo la creencia de que 80 por ciento de la población era pobre. Incluso los periódicos parecían

competir inflando el porcentaje de pobreza. Recuerdo que alguna vez escribí para un periódico un artículo que se titulaba "104 por ciento de pobreza" para significar que en Venezuela había más pobres que todas las personas que viven en el país. Esto forma parte de esa lógica que aplanar el problema desde el lado del mercadeo y que se asimila al conocimiento vulgar. La aproximación más "cultura" que los medios tienen sobre la pobreza la obtienen a través del mercadeo, es decir, de lo que le dicen las agencias de mercadeo y los estudios de mercado. Por estrategia de mercadeo, y para poder satisfacer las necesidades de sus clientes, una compañía de comunicaciones segmenta hoy en día mucho más de lo que segmentaba antes. En esta lógica, los medios han logrado matizar sus datos y han empezado a reconocer, por ejemplo, que en ese 80 por ciento hay diferencias: que una cosa es la parte baja del cerro y otra la parte alta; que una cosa es un barrio que tiene veinticinco años, servicios, vías de penetración asfaltadas, etc., y otra un barrio nuevo en un terreno recién invadido. A mi modo de ver, al aplanamiento típico de los medios se añade un segundo reflejo: proceder desde un punto de vista evidentemente negativo. Ese punto de vista negativo se pone en evidencia a través de lo que yo llamaría el "abordaje individual" del tema de la pobreza.

5. Lo individual no es lo social

Tomando en cuenta no sólo la aridez del tema de la pobreza, sino los pocos antecedentes de que disponíamos en el IIES, una de las iniciativas que tomamos en 1997, cuando comenzamos a trabajar en este tema, fue entrevistar a una serie de personas que habían logrado salir de la pobreza. En ningún momento perdimos de vista que lo que estábamos obteniendo era información personal, y las personas no son la sociedad sino consecuencias de ella. Estas entrevistas no fueron numerosas, pero en todas ellas encontramos cuatro patrones que se repetían en cada una de las personas y que pueden enumerarse de la siguiente manera:

- 1) Un esfuerzo individual descomunal para cambiar su situación de vida (capacidad de sacrificio, de posposición de gratificaciones, de trabajo sin tregua, etc.).

- 2) Estudios. Parte del esfuerzo mencionado en el punto anterior implica terminar la educación media y algún tipo de formación profesional: curso de técnico superior universitario o cursos en alguna empresa. Todos los entrevistados tenían unos años de escolaridad por encima del promedio del país.
- 3) Capital social, consecuencia de las vinculaciones sociales que el individuo pueda hacer en su medio laboral o de estudios. Existe un episodio en la vida de estas personas que los pone en contacto con otra persona clave. Hay un evento de información privilegiada al que normalmente los pobres no tienen acceso. Puede ser la recomendación o la sugerencia.
- 4) El cuarto componente, que es el componente dramático, consiste en la ruptura de relaciones con el hogar, es decir, romper con la madre. Porque la madre, en situación de pobreza, opera como la justa distribuidora de la miseria.

6. Los medios y el conocimiento social de sentido común. El ejemplo de los inmigrantes

Si se asociara la enumeración anterior al tratamiento que los medios de comunicación de masas le dan a la pobreza podría inferirse que, para plantear salidas posibles de la pobreza, impera el tratamiento individual, como si lo social se construyera desde lo individual. La idea vulgar se resume en esta frase: "los pobres son pobres más o menos porque les da la gana". Y por supuesto que eso no es así. Si acaso podría razonarse de esta manera: la sumatoria de individuos pobres que se esfuerzan, que estudian, que son visibles para el mundo productivo y que son capaces de cortar con su casa, difícilmente sea suficiente para resolver el problema social de la pobreza. ¿Cuántas personas, demográficamente hablando, son capaces de hacer todos esos sacrificios? Tan sólo el 4 por ciento de la población venezolana, a los que ubicamos en la tipología cultural de "movilizados". La condición de esfuerzo de los miembros de este grupo está dos desviaciones típicas por encima del promedio de esfuerzo del país. ¿Es pensable pedirle a los pobres que tengan una tasa de esfuerzo, de posposición de gratificaciones, de *locus* de control interno, de responsabilidad individual que el promedio de la sociedad venezolana no tiene y de la

que carecen, incluso, los no pobres? Ese escenario no sólo es irreal, sino que es estigmatizador del pobre. Cuando trata de plantearse este problema en sectores pudientes de la sociedad venezolana, de inmediato sale el tema de los inmigrantes, esas personas que vinieron de Europa una mano delante y otra atrás y que hicieron fortuna. Fortuna que hicieron, precisamente, porque estaban en la condición de movilizados que da el ser inmigrante. El inmigrante es una persona que se va de su país rumbo a otro dispuesto a hacer cosas que en su país no haría. La distinción entre la salida individual de la pobreza y la salida social es clave para abordar el problema. Si el conocimiento de sentido común que impera en la sociedad venezolana pretende que los movilizados sean el promedio –creencia apuntalada por una literatura compartida por los grupos dominantes– no de extrañarse que los medios reproduzcan esa tendencia.

Jeremiah O'Sullivan

El profesor de la UCAB y miembro del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales ante el Vaticano llamó la atención sobre la paradoja de la disminución aparente de la pobreza en el mundo, sobre los desequilibrios imperantes en el acceso a la tecnología de información, sobre el fracaso de los planes de cambio social y desarrollo apoyados en la comunicación y sobre la indiferencia de los medios de comunicación social ante el tema de la pobreza. Finalizó haciendo algunas sugerencias de los temas que deben incorporarse a la agenda de los medios.

1. Paradoja: la pobreza ha disminuido

Leyendo algunos artículos para preparar este diálogo, me sorprendió saber que la pobreza en ingresos ha mejorado notablemente en los últimos veinte años. Según los datos de que dispongo, la pobreza en ingresos se ha reducido más rápido en los últimos cincuenta años que en los últimos cincuenta decenios. Y a fines del siglo veinte, el número de personas con privaciones vitales, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), oscilaba entre mil millones y dos mil millones, mientras que en la década anterior a la fecha de emisión de estos datos el número de personas con privaciones vitales oscilaba entre dos mil millones y tres mil millones. Esto hace pensar que mil millones de seres humanos han salido de la pobreza crítica. Esto, en efecto, puede ser cierto, tomando en cuenta que, hace unos ochenta

años, los grandes países pobres se encontraban en África y Asia. El detalle es que Asia ha avanzado notablemente. Grandes países como China, Indonesia o Tailandia han mejorado notablemente su ingreso *per capita* y ese dato es cierto. Sin embargo, es verdad también que la pobreza en África se ha profundizado. África retrocede mientras Asia avanza. En el caso de América Latina, que es el que nos ocupa, no hemos podido cambiar el problema fundamental, que no es el de pobreza contra riqueza sino el de la distribución de la riqueza.

2. Acceso a la tecnología de la información

Se habla de las nuevas tecnologías como la gran esperanza. El control monolítico por parte de los gobiernos se debilitaría porque las personas tienen ahora la posibilidad de comunicarse de un modo más eficaz. Pero en realidad la brecha en el acceso a la información entre ricos y pobres todavía es muy amplia. Más de la cuarta parte de los países del mundo sólo dispone de una línea telefónica para cada cien personas. El 60 por ciento de la totalidad de los hombres y las mujeres que pueblan el planeta vive en zonas rurales. Sin embargo, en estos países más del 80 por ciento de las líneas telefónicas se encuentran en las ciudades. El 85 por ciento de los teléfonos celulares, el 91 por ciento de los faxes y el 97 por ciento de las computadoras están en los países desarrollados. Las nuevas tecnologías afianzan el desarrollo de las naciones desarrolladas y relegan a los países en vías de desarrollo.

3. Comunicación y cambio social

En América Latina, los medios de comunicación no le dan su debida importancia al tema de la pobreza. En los años cincuenta, sesenta y setenta del siglo pasado había un movimiento en muchas partes que preconizaba que los medios de comunicación resolverían el problema de la pobreza. Se decía que ellos eran los grandes medios de transmisión de información, educación y cultura que, en calidad de tales, debían transformar el panorama. Cuando yo me fui a estudiar en la universidad de Stanford, en California, ingresé justamente para estudiar el área de comunicación y cambio social –área explícitamente

mencionada por Luis Pedro España al final de su intervención-, y mi tesis de Ph.D fue sobre el mismo tema.

4. Fracaso de los ideales inspiradores

Sin embargo, hoy en día debo enfrentarme con lo que yo llamaría un fracaso de los ideales que me inspiraron. Yo me preparé para trabajar en el campo de la pobreza. En América Latina, durante los años sesenta y setenta, el tema estaba en el tapete y había iniciativas interesantes como, por ejemplo, el uso de la radio para la educación, la alfabetización y la salud, sobre todo en redes privadas como la Iglesia Católica. También en el plano académico hubo iniciativas. Por ejemplo cuando en la UCAB se abrieron los cursos de posgrado había uno llamado "Comunicación y desarrollo social", que no existe hoy en día. Me llama la atención que entre los estudiantes de la UCAB no exista interés por un tema que es socialmente vital. Si algo marca a nuestro país es la pregunta de qué vamos a hacer con la pobreza creciente y hacia dónde nos va a llevar.

5. La indiferencia de los medios

Veo que en América Latina llevamos más de diez años durante los cuales el tema de la pobreza ha desaparecido definitivamente de los medios de comunicación. Se hacen representaciones burlescas de los pobres, pero la preocupación de qué vamos a hacer con la pobreza no es una inquietud que, a mi modo de ver, tenga particular importancia. ¿Cómo se manifiesta la representación burlesca de la pobreza en los contenidos de los medios de comunicación? Pongamos por caso el tratamiento de la mujer pobre. Me parece que la representación de la mujer pobre destruye la imagen de la mujer. Los medios han querido redimirse representando a una mujer pobre que se casa con un rico y que así sale de su situación original. El resto de las representaciones de personajes asociados a la pobreza (la policía o los servidores públicos, que provienen de la clase media baja) son por lo general burlescas. Ningún programa trata a fondo o seriamente el tema de la pobreza. Ni en el pasado ni en el presente los medios de comunicación han querido asumir el tema de la pobreza. Lo ignoran solapándolo con contenidos relativos a las nuevas tecnologías o de los avances de aquí

y allá, pero la pobreza no forma parte de la agenda. El esquema vertical y unidireccional en el que operan los medios sigue ignorando a los de abajo. Quienes padecen la pobreza tienen una presencia mínima. Son otros quienes hablan por ellos: los políticos hablan sobre el problema de la pobreza y sugieren "n" número de programas para resolverla, pero esas ideas no son ni consensuadas, ni dialogadas, ni compartidas con quienes realmente sufren el problema. Los pobres terminan enriqueciendo los bolsillos de los burócratas, los políticos y los expertos.

6. Temas que los medios deben incluir

¿Podría mejorar la situación? Yo creo que no. Creo que hay que cambiar la agenda de los temas que aparecen en los medios de comunicación. Algunos temas posibles son: Sida / VIH, salud y derechos reproductivos, consumo de tabaco. Las enfermedades y la salud están vinculadas no sólo a la pobreza y a la mala nutrición, sino también a los prejuicios, a la inequidad social, política y económica y a la dislocación social. En las evaluaciones que tienen lugar en los ambientes políticos y sociales, los temas del sexo y la sexualidad se ocultan o se dificulta mucho su debate.

María Auxiliadora Blanchs

En su intervención, la psicóloga social de la UCV y especialista en la teoría de las representaciones sociales sintetizó, con notable celo teórico, el concepto de representación social. Insistió en que la representación responde más a una dinámica de intercambio social cara a cara que a una elaboración que se funda directamente en el contenido de los medios de comunicación. Se refirió también a los elementos que constituyen el pensamiento social —lo imaginario, lo simbólico y lo ilusorio—, al rol de las representaciones en la definición de identidades, a la representación y a los medios de comunicación. Concluyó su intervención aplicando las nociones teóricas de representación social y mediática a la problemática de la pobreza.

1. La representación social propiamente dicha

El carácter heurístico de la teoría ha hecho proliferar diversas definiciones de representación social. Según Denise Jodelet, la representación social "designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación

de procesos generativos y funcionales socialmente marcados. De manera más amplia, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales son modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el manejo del ambiente social material e ideal". Cuando se estudian las representaciones sociales, interesa el estilo global o el sistema lógico del pensamiento social, sus contenidos y su relación con la construcción mental de la realidad. Esa construcción se realiza en y a través de la interacción cara a cara con los miembros de aquellos grupos que nos proveen de identidad social y le dan un sentido a nuestro mundo de vida.

2. La representación social no se forma en relación directa con el medio de comunicación

Con lo anterior quiero decir que la representación social no se construye en relación directa con el medio de comunicación. El medio es un difusor y un propulsor de representaciones, y por eso se habla de representaciones mediáticas. Pero como bien es sabido, la influencia de los medios de comunicación social es muy controvertida y no se puede demostrar hasta qué punto el medio es el responsable de que la representación adopte una forma determinada. El líder de opinión, aquel que está movilizando la información que recibe de los medios en la interacción cara a cara con sus pares, es el que moviliza la emergencia de nuevas representaciones. En Venezuela hemos estado sometidos a ese proceso en un contexto fabuloso para estudiar la emergencia de representaciones sociales y que ha hecho del país un gran laboratorio. Los discursos sobre las leyes, la Constituyente, la participación social, la ciudadanía y la política han hecho que la clase media discuta temas que anteriormente no le eran familiares. La representación social emerge cuando algo extraño penetra en nuestro universo cotidiano y la gente empieza a hablar de eso. Si uno no quiere quedarse afuera del circuito social, tiene que empezar a hablar del mismo fenómeno.

3. El pensamiento social: lo imaginario, lo simbólico y lo ilusorio

Moscovici señala como elementos constituyentes principales del pensamiento social lo imaginario, lo simbólico y lo ilusorio. Estos elementos conforman nuestra realidad social. No sólo nuestras imágenes del mundo social son un reflejo de los eventos del mundo social, sino que los propios eventos en el mundo social pueden ser reflejos y productos de nuestras imágenes del mundo social. La pobreza, por ejemplo, puede ser en cierta medida reflejo de la manera en que nos referimos a ella. Hay una influencia recíproca. Al estudiar las representaciones sociales, nos proponemos conocer, por un lado, lo que la gente piensa y cómo llega a pensar así; por otro lado, la manera como los individuos conjuntamente construyen su realidad y, al hacerlo, se construyen a sí mismos. La teoría no se queda en el microgrupo, sino que enfatiza el carácter social de las representaciones. Éstas no sólo están atravesadas por una memoria social, que se transmite de una generación a otra, sino que se producen sobre la base de intercambios verbales y no verbales de interacciones entre acciones, comportamientos y comunicaciones en el espacio público de vida de individuos con una pertenencia social específica, es decir, individuos insertos en una parcela del mundo desde la cual definen y tratan de entender su realidad. Esto habla de la huella de una cultura y de una sociedad sobre la diversidad de representaciones producidas en la pluralidad de sus espacios sociales. El conocimiento proporcionado por las representaciones sociales –a diferencia de la percepción social– no se adquiere de manera individual a través de lo que percibimos en nuestro entorno inmediato. Tanto las creencias como el conocimiento moral que ponemos en juego en nuestra vida diaria se fundamentan en entidades ideales o ficticias. Justicia, dinero, mercado, por ejemplo, no parten de un conocimiento perceptivo. Una representación está hecha de una cara conceptual o verbal y una cara icónica. Se suele considerar que lo figurativo está supeditado a lo verbal. En efecto, las representaciones permiten la comunicación al proveer un código para el intercambio social y otro para nombrar y clasificar los diversos aspectos del mundo y de la historia individual y grupal. Se arraigan en la cultura. Las representaciones pertenecen a la comunidad

y la comunidad misma en construida por la gente en sus prácticas y conversaciones cotidianas. La articulación entre lo social, lo cultural y lo histórico hacen de las representaciones sociales una herramienta que nos permite estudiar los fenómenos sociales en el escenario vivo de su producción. En este escenario, creencias e ideas convencionales –a través de comunicaciones mediáticas, comunicaciones cara a cara, comunicaciones científicas u otras que se llevan a cabo en el ciberespacio– conviven, se mezclan y se enfrentan en permanencia con otras con nuevas creencias o ideas procedentes de las más diversas culturas del mundo globalizado. Como afirma Ivana Markova:

la estructura de fenómenos socioculturales tales como las representaciones sociales tiene diversos estratos: algunos componentes del ambiente social pueden devenir relativamente estables a través de generaciones y culturas, mientras que otros siguen siendo volátiles y específicos de épocas y espacios socioculturales particulares.

4. Representaciones e identidad

Autores como Duveen, Oystermann y Markus argumentan que las representaciones juegan un papel fundamental en el proceso de localizar, desarrollar y mantener un sentido de sí mismo. Para los autores mencionados, las representaciones públicas de sí mismo que caracterizan un nicho sociocultural dado, funcionan como denominadores comunes. Ellas proveen la estructura primaria del ser de aquellos que viven dentro de ese contexto. Por ejemplo: los pobres, o los del barrio tal, los de la Universidad Católica Andrés Bello, de la Central, etc. Estas ideas compartidas producen necesariamente –aunque con frecuencia pase desapercibida– “comunalidades” en los *selves* (sí mismo) de las personas en el interior de un mismo contexto.

5. Representaciones y medios de comunicación

La teoría de las representaciones sociales es muy amplia y la noción de representación social no tiene una definición operacional. Se diferencia de las “representaciones colectivas” de Durkheim –mencionadas por el profesor España– en el sentido de que son cambiantes

y no se pretenden hegemónicas. Para estudiar la representaciones sociales, el fundador de la teoría, Serge Mosovici, en su libro de 1961, *El psicoanálisis, su imagen y su público*, las situó en el mundo contemporáneo, sometido al bombardeo permanente de informaciones, de sucesos y de eventos, mucho más ahora con las redes de comunicación del ciberespacio. Esa realidad mediática nos plantea objetos sociales que son pertinentes para nosotros y frente a los que es preciso ubicarnos a través del lenguaje.

Los medios de comunicación son constitutivos de la vida social. Ellos alteran las formas de interacción, transforman el acceso a y el consumo de bienes simbólicos, reestructuran la política institucional y cambian radicalmente las fronteras entre la esfera pública y la privada. Aunque ha sido muy debatido el papel contradictorio de los medios de comunicación y sus niveles de influencia, su importancia, en términos de la producción de significados de valores hegemónicos, no debe ser subestimada. Como escribe Sandra Jovchelovitch: "Los medios en sí mismos son un factor clave en el ejercicio del poder". Por su parte, Summer considera que cualquier consideración sobre las representaciones sociales significa también una consideración sobre la comunicación. Las representaciones se originan en la comunicación, se manifiestan en ella e influyen sobre ella.

El discurso mediático actúa como movilizador de influencias y de representaciones. Sary Calonge, profesora de la Escuela de Educación de la UCV, dice que el discurso mediático se refiere siempre a un objeto social, a un mundo que pretende describir, expresar, construir. No obstante, una vez que ponemos en palabras la configuración, una vez el discurso elaborado, él se desprende de su agente y desarrolla sus propias consecuencias. Es decir, una vez fijados los discursos en la escritura, y discutidos en el seno de las masas, se convierten en autónomos. Cuando Moscovici analizó los discursos mediáticos [su objeto era la asimilación de contenidos relativos al psicoanálisis en la sociedad francesa, tanto en el discurso cotidiano de las personas como de su reflejo en la prensa escrita] el autor los agrupó bajo tres sistemas de comunicación que han orientado la mayoría de los trabajos sobre representaciones mediáticas: la difusión, la propagación y la propaganda.

- *La difusión* minimiza las diferencias sociales e ideológicas para unificar a la mayoría en términos de un modo de pensamiento no especializado.
- *La propagación* se desarrolla como un instrumento de regulación de creencias y actitudes en una población particular, especialmente cuando ésta es confrontada con nuevos tipos.
- *La propaganda* busca controlar la opinión, típicamente en materia de orden político. Siempre depende de una institución de poder y aparece en un contexto polémico en el que diversos grupos se confrontan entre sí.

Para Michel Louis Rouquette, uno de los autores que más ha trabajado el asunto de las representaciones mediáticas, el interés de la clasificación de Moscovici reside en que nos permite referirnos a los medios de comunicación de masas sin dejar de lado su complejidad. Rouquette señala que esta clasificación permite definir la propaganda, por ejemplo, de una manera más amplia que la tradicional y comprenderla como un elemento en una estrategia de poder que se inserta en un momento histórico.

6. Representaciones, sociales y mediáticas, de la pobreza

Debo decir que éste no ha sido mi tema de estudio, pero voy a intentar tocarlo aplicándole la teoría de las representaciones sociales. Las representaciones hegemónicas del pobre y de la pobreza constituyen un repertorio lingüístico de atributos negativos ampliamente legitimados por diversos conceptos psicosociales y desde diferentes posturas. Los pobres, tanto en algunas corrientes de las ciencias sociales como en el discurso mediático y en el conocimiento popular –aspecto que se vincula con lo ya mencionado por el profesor España–, se definen como perezosos, incapaces de postergar gratificaciones, desesperanzados, dominados por un *locus* de control externo, incapacitados para organizarse y hacer planes a futuro, irresponsables, violentos, ignorantes, maleducados, vulgares, sucios, descuidados, etc. Los estudios sobre la identidad nacional que realizaron José Miguel Salazar –fallecido fundador de la psicología social en Venezuela– y Maritza Montero revelan muy bien la presencia

de estos rasgos y estas atribuciones a la población venezolana en general. Pero en particular en el área de la pobreza se tiende a culpabilizar a la víctima. Estas creencias se articulan en torno a la idea de que la pobreza no es producto de una situación social signada por la inequidad, sino producto de una serie de fallas personales que en conjunto imposibilitan a la persona a hacerse cargo de su propia vida. Esto se asocia a la idea del *locus* del control externo: si se es pobre, es porque se está sujeto a un *locus* de control externo (la vida no depende de lo que uno haga sino del azar, de la suerte, de Dios), y quienes más tienen ese *locus* de control externo son los pobres, los negros, los chicanos, las mujeres... Esa idea está allí y define una tipología de personalidad. Este sistema de creencias, que en esencia culpabiliza al pobre de su condición socialmente minusválida, responsabiliza también al sistema social, al que se le han asignado tareas asistencialistas. Así concebido, el pobre debe ser asistido, sostenido, protegido como un incapacitado por las instituciones sociales. Estas atribuciones negativas que conforman la representación hegemónica del pobre han sido cuestionadas por su carácter ideológico y encubridor, proponiéndose cambiar los términos de pobre o marginal por los de excluido o marginalizado. En efecto, como explica Gina Philogene en su tesis doctoral sobre la redefinición e los negros en Estados Unidos (que no ya no son llamados "negros" sino "*African-Americans*" –afroamericanos–): cuando escogemos un nombre para un objeto, colocamos el objeto así nombrado tanto en un sistema de condiciones y revisiones conceptuales como en uno de creencias fácticas. Los nombres –y aquí debemos incluir tanto denominaciones de grupos como nombres propios– sirven como marcas identificantes que, por la aplicación de una regla, asocian el objeto nombrado con una clase preordenada. Como parte de nuestro lenguaje, los nombres tienen que ser elaborados y esta elaboración de sus significados es una actividad fundamentalmente social. Ahora bien, la noción de exclusión en el discurso social dominante puede ser asociada tanto con el derecho a una inclusión de carácter retaliativo –que estimula la visión del otro-diferente privilegiado (por ejemplo, los excluidos tienen derecho a invadir las propiedades)– en un espacio social redefinido que no sólo abre sus puertas para que todos y todas quepan, sino que ofrece al hasta

entonces excluido las herramientas que le permitirán, *motu proprio*, conquistar una posición dentro de ese espacio social plural.

Las nociones de pobreza y exclusión se insertan en un sistema de representaciones mediáticas signadas por la alteridad. Parafraseando a Jovchelotvitch, podríamos decir que lo que la pobreza significa o representa es producto de un acto significativo de construcción de sentidos. Este sentido no se construye en el vacío ni emerge desvinculado de otro sentido como serían la riqueza, el bienestar, la calidad de vida, la clase media. No puede emerger el sentido de la pobreza desvinculado de esos otros sentidos. En el acto de significar la pobreza, la alteridad que la construye no permite una construcción puramente subjetiva, Ella introduce, en el corazón de lo simbólico y de la subjetividad, la objetividad del otro. Por eso lo simbólico –esto es, la representación de la pobreza– no coincide plenamente con el objeto "pobreza", ni jamás podrá abarcarla completamente. Si la representación de la pobreza pudiera igualarse a la pobreza misma, la representación sería inútil. Es la existencia de perspectivas múltiples –el hecho de que los seres humanos vivimos en una comunidad de otros– lo que da cuenta de la disyunción entre el significado dado a un objeto por un sujeto a través de un símbolo. Por otra parte, las representaciones de la pobreza se encuentran vinculadas con aquéllas relativas a temas afines: políticas de desarrollo social, derechos humanos, sistemas de prevención y atención en salud, inserción en el sistema educativo, discursos relativos a la educación pública y privada, los niños de la calle, violencia, inseguridad, delincuencia, comunidades o barrios de sectores populares, posiciones y clases sociales, formas y calidad de vida. En síntesis, la pobreza y el pobre constituyen una realidad que nos interpela cotidianamente. Las posiciones, actitudes y prácticas sociales que asumimos frente a ella dependen en gran medida de la forma como la construimos simbólicamente. Esto es, de la manera en que nos la representamos. Los medios de comunicación social juegan un papel fundamental no sólo en la difusión de informaciones sobre este fenómeno de inequidad social, sino también en la manera como nos las representamos y nos relacionamos con ella. La pobreza no es tratada en profundidad por los medios de comunicación, pero aparece por todas partes y, en la actualidad, figura en todos los discursos políticos.