

INFORMAR SOBRE EL INFORMADOR. CRÍTICA DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL SISTEMA MEDIÁTICO DESDE EL MODELO DEL 'CUARTO PODER'.

Dr. Miguel Álvarez-Peralta
Universidad de Castilla-La Mancha, Ciudad Real, España
miguel.alvarez@uclm.es
ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0001-5619-8106>

Recibido el 19 de agosto de 2016
Aceptado el 12 de setiembre de 2016

Resumen

El presente trabajo propone una reflexión crítica de la generalización del concepto de "cuarto poder" para hacer referencia al sistema de medios en las democracias contemporáneas. El autor rechaza este concepto por impreciso y sesgado respecto del rol social que juegan los medios de comunicación de masas, a partir de la consideración de ciertas "trampas cognitivas" favorecidas por la popularización del término en la docencia e investigación sobre comunicación masiva. Para ello, analiza de forma contextualizada, algunos de los efectos de sentido "colaterales" que induce esta conceptualización, como la equiparación entre unos poderes públicos representativos y un poder privado, o la confusión entre proyecto político y constatación de una realidad existente. Concluye proponiendo la recuperación y divulgación de construcciones analíticas duales que permiten aprehender de forma más fructífera el rol de los medios en la era de la comunicación globalizada.

Palabras clave: Cuarto Poder, Cuarto estado, medios de comunicación, Poder mediático, Poder simbólico.

REPORT ON THE REPORTER. A CRITIQUE OF THE CONCEPTUALIZATION OF THE MASS MEDIA THROUGH THE METAPHOR OF THE "FOURTH POWER".

Abstract

This communication proposes a critical reflection on the use of the expression "fourth power" to refer to the media system in contemporary democracies, which is widely used in academic environments in Spanish language. The author rejects this concept for being inaccurate and biased in describing the role played by the mass media in society, taking into consideration some "cognitive traps" favored by this metaphor with unwanted consequences in study and research about mass communications. It analyzes some of the effects of "collateral" meanings induced

by this conceptualization, such as the inclusion of the private media power within the paradigm of the three representative public powers, or the confusion between a political project and the factual reality. It concludes by suggesting the recovery of other analytical constructs that allow a more fruitful way to describe the role of the media in the era of global communications.

Keywords: Fourth estate, Fourth Power, watchdog, media power, mass media.

Como citar este artículo:

Álvarez-Peralta, M. (2016). "Informar sobre el informador. Crítica de la conceptualización del sistema mediático desde el modelo del 'cuarto poder'." en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 9, n° 2. pp. 93-109.

Somebody —was it Burke?—
called journalism the fourth estate.
That was true at the time no doubt.
But at the present moment it is the
only estate. It has eaten up the
other three. [...]. We are dominated
by journalism.

Oscar Wilde (1891)

Antecedentes

En los estudios académicos sobre medios de comunicación de masas la fórmula “cuarto poder” ha sido ampliamente utilizada para referirse a la incidencia que el sector de la industria mediática en general y la informativa en particular ejercen en las sociedades democráticas. Lejos de caer en desuso, esta conceptualización del rol de los medios en la sociedad es globalmente utilizada desde hace décadas en la propia comunicación de masas así como en el entorno académico hispanohablante, tanto desde perspectivas críticas como optimistas respecto del rol social de los medios (Espina 1960; Ruiz 1996; Cotarelo & Cuevas 1998; Sandler Girbau 1999; Vidal Bonifaz 2008). Si usamos esta expresión como clave de búsqueda en Internet, hallaremos entre los resultados empresas de investigación periodística, observatorios mediáticos, proyectos periodísticos, publicaciones analíticas, etc. Así pues, la fórmula “cuarto poder”, aunque con gran ambigüedad, está fuertemente asociada al rol que los medios de masas, especialmente prensa, radio y televisión, detentan en las sociedades democráticas contemporáneas.

Sin embargo, como veremos, las connotaciones que esta expresión ha ido adquiriendo durante su desarrollo al saltar de unas épocas a otras, de unos idiomas a otros, han conocido variaciones que alteran su valor referencial y sus connotaciones en diferentes contextos. Cuando en 1787 el político irlandés Edmund Burke empleara la fórmula “fourth estate” para referirse a la prensa ante el parlamento británico (Carlyle 1841, p.392), una de las primeras referencias que suelen citarse, estaba en realidad asignando ese cuarto lugar frente a los tres estamentos de la sociedad británica (“estates of the realm”): el clero, la nobleza y la plebe o ciudadanos comunes (el tercer estado). Hablaba, en todo caso, de sus respectivas representaciones políticas en el parlamento británico: los Lores Espirituales, los Lores Temporales y la Cámara Baja. Por ello, una traducción más

precisa de aquella expresión original hubiera sido "cuarto estamento" en lugar de "cuarto poder".

Pero no era la prensa el único actor social que pugnaba por ocupar ese cuarto lugar en un orden estamental crecientemente desestabilizado por el mismo espíritu de época que alumbraba a la revolución francesa. Podemos encontrar trazas de una auténtica disputa semántica por la conquista de esa denominación de "cuarto estamento". En la Europa continental, esta misma expresión se empleó para referirse al proletariado, que se constituía así en fuerza social con voz propia al tiempo que se diferenciaba de las clases burguesas consideradas tercer estamento. Una traza de esta estrategia semiótica, todavía en el siglo XIX, son las notas en que Friederich Engels se mostraba crítico con ella por el error conceptual que inducía: «La revolución de la burguesía abolió los estamentos y sus privilegios. La sociedad burguesa solo conoce clases. Entonces, ha sido absolutamente contradictorio con la historia describir al proletariado como 'el cuarto estamento'» (Marx 1847, nota de Engels a la edición alemana de 1885). Encontramos otra notoria huella de la difusión y duración de este significado para la noción de cuarto estamento en la conocida obra titulada precisamente *Il quarto stato* (1901), en la que Giuseppe Pellizza da Volpedo retrataba ya a comienzos del siglo XX al proletariado en marcha, irrumpiendo como sujeto en la historia. Si bien la versión definitiva data de 1901, el pintor había comenzado a trabajar en esta obra ya en 1891, con el título *Ambassatori della fame* ("Embajadores del hambre") y fue después de terminar la tercera y más conocida versión, cuyo primer intento de título había sido *Il cammino dei lavoratori* ("El camino de los trabajadores") que decide darle el nombre de Cuarto Estado, subrayando la emergencia de un nuevo sujeto social con nombre y lugar propio en la sociedad.

Posteriormente se ha reivindicado también esa noción de cuarto estamento para denominar a la mujer constituida en sujeto político al calor de los primeros movimientos feministas que contestaban la represión específica sufrida por la cuestión de género. Shulamith Shahar, en su obra «The fourth estate: a history of women in the middle ages», señala cómo ya en algunas descripciones medievales de la sociedad la mujer es categorizada separadamente como cuarto elemento, pues "siendo entonces agrupadas como clase, a las mujeres, como a las demás clases, les son atribuidas faltas y pecados específicos. [...] En realidad, cuando una mujer en la Edad Media escribía acerca de temas sociales o morales, también definió a las mujeres como una clase en sí misma. [...] El esquema social en que las mujeres son una clase social es parte de la teoría acerca de la mujer en la Edad Media y de su representación." (Shahar 1983, pp.2-4).

Así pues, en paralelo a la emergencia del proyecto ilustrado y al ocaso del antiguo régimen, ese novedoso cuarto lugar era codiciado porque significaba la posibilidad de ingreso en la vida política, y eran varias las fuerzas sociales emergentes que pugnaban por adueñarse del significante flotante que refería a tal posición social. Al describirse la prensa mediante la expresión "fourth estate", se estaba conceptualizando como clase o estamento, es decir como esfera social

propia y como fuerza operativa, dotada de derechos y de un rol político concreto, equiparable al clero o a la nobleza (en competición con el proletariado o con el feminismo como potenciales sujetos políticos) y no como cuarto poder democrático en un sentido motesquieuniano, como sus connotaciones contemporáneas invitan a pensar. Con su idea de la separación de tres poderes ("powers"), Montesquieu [inspirado en John Locke] había proyectado precisamente una superación y no una legitimación de la sociedad feudal dividida en tres estamentos ("estates"). La expresión original, por tanto, no equiparaba la función de la prensa a las de los poderes democráticos del estado moderno (legislar, gobernar e impartir justicia), ni ubicaba a la prensa en tanto que representativa de la ciudadanía, sino que la reconocía como fuerza de parte, implicada en el conflicto social.

Deriva semántica y sesgo cognitivo

El desarrollo de la noción de "cuarto poder" obviamente no salta desde aquel parlamento británico estamental hasta su empleo como expresión común en nuestros días. Un eslabón clave en el itinerario semiótico que enlaza aquel "cuarto estado" y el "cuarto poder" de hoy, se encuentra en la fundación de las instituciones sociales norteamericanas, en los siglos XVIII y XIX. El historiador y político francés Alexis de Tocqueville empleó el término "quatrième pouvoir" para referirse al rol social de la prensa en su célebre estudio del sistema social estadounidense, «De la démocratie en Amérique» (1833). Estaba operándose así un deslizamiento desde la concepción de "cuarto estamento" sociológico a la de "cuarto poder" político. Sin embargo, esta expresión tampoco homologaba la prensa como sujeto político a los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, sino que hacía referencia a otros tres ámbitos de poder que Tocqueville identificaba como determinantes en la joven república norteamericana, a saber: el Poder Central (o federal), el Poder Local de cada estado, y el Poder Asociativo de los lobbies, a los cuales sumaba el cuarto poder del sistema de prensa libre. Este esquema, muy diferente de la tipología de poderes propuesta por Montesquieu, incluye el reconocimiento de poderes privados organizados a los que se otorga un rol público y un valor democratizador (si bien Tocqueville advertía ya sobre los males de un ejercicio impropio de la libertad de prensa).

Al incorporarse y divulgarse en castellano la noción de *cuarto poder*, sin embargo, ha perdido con el tiempo aquellas referencias originales a sistemas estamentales o ámbitos de poder que pudiera tener en Burke o Tocqueville, y comúnmente se entiende como referida a la filosofía política de la división de poderes en Montesquieu. Esta filosofía, que forma parte del sentido común de época de nuestros días y ha sido asumida y naturalizada como la forma más avanzada de gobierno (con sus matices y variantes), propone la separación de las instituciones y procesos legislativos, ejecutivos y judiciales en el estado democrático para generar mecanismos de equilibrio y control que impidan abusos de poder antidemocráticos. Al recurrir hoy a la expresión *cuarto poder*, añadimos

irreflexivamente una cuarta institución social que pasaría supuestamente a fortalecer y enriquecer dicho sistema de equilibrios y contrapesos.

Pese a su popularidad, esta transposición del término no es en absoluto aproblemática y encierra una pobre descripción de la función y naturaleza del rol que la producción y difusión masiva de información juega en las democracias occidentales contemporáneas. El objetivo de esta reflexión no es cuestionar la legitimidad del proceso de adquisición de esta expresión, sino más bien reparar en que esta conceptualización sugiere relaciones desafortunadas porque introduce un sesgo ideológico y una serie de connotaciones que van a merecer nuestra atención.

Cuarto poder: ¿metonimia o metáfora?

Una primera cuestión que cabe plantearse es qué tipo de relación guarda el cuarto poder con los otros tres, y si esta expresión se ha llegado a formar como metonimia o como metáfora, esto es, si existe una relación material de contigüidad entre ellos o más bien, como vamos a defender, son de naturaleza radicalmente diferente y lo que se produce es más bien una construcción metafórica proyectada a partir de ciertas semejanzas.

El sistema de prensa moderna referido por Burke emerge como negocio privado y separado del estado, no como fruto de una filosofía política concreta sino más bien a partir del desarrollo de condiciones sociales previas (imprensa, reforma protestante, alfabetización creciente, desarrollo del mercado). En la doctrina liberal de prensa, esta institución no está sujeto a procesos de elección (democrática o no) ni a leyes aprobadas en órganos formales, sino que más bien la participación social en el mismo se organiza por las del propio mercado desregulado. Esta concepción liberal ha sido paradójica y consciente de sus propios retos desde un primer momento (Aznar 2010, p.6), por lo que originalmente no se postuló la prensa formalmente como un cuarto poder representativo, sino como una función democratizadora del mercado.

Vemos sin embargo que, en primer lugar, la metáfora del cuarto poder, al situar el "poder" de los medios de información junto a los tres "poderes" del estado, incurre en el sesgo cognitivo de equiparación de elementos desiguales en virtud de su homonimia: de un lado, estamos hablando de tres instituciones públicas, resultado de un proyecto político explícito ilustrado destinado a democratizar el poder de los gobiernos absolutistas, cuyo acceso y funcionamiento está regulado por normas conocidas; del otro lado, tenemos un sector comercial de la comunicación autorregulado y sujeto a leyes laborales y mercantiles, que no necesita rendir cuentas públicamente de la mayor parte de sus dinámicas de funcionamiento interno, entre otras razones porque no es fruto del pacto social. No es necesaria una profunda investigación genealógica para notar que estos "poderes" son muy diferentes no solo en su origen y forma, sino además, consecuentemente, en su modo de operar y en sus objetivos. Al menos en la

teoría política formal vigente, las leyes y sentencias no son un negocio ni se hacen para rentabilizar una inversión. El rol normativo que en los tres poderes del estado ejerce el Derecho, se trata de ejercer a través de la ética y la deontología en el poder mediático. La concepción de los tres poderes del estado está ya presente en la *Política* de Aristóteles como uno de los pilares de la república, y esta idea es reconstruida durante las revoluciones burguesas como límite impuesto al poder absoluto de los estamentos dominantes por gracia divina. Los tres poderes del estado están asociados al ideal ilustrado de ciudadanía, y en su caso existen dispositivos que, si bien pueden fallar u operar de forma deficitaria, formalmente orientan la acción legislativa, de gobierno y judicial hacia el bien común, tales como los mecanismos electorales que prevén la participación ciudadana en su formación. Esta filosofía nace y se desarrolla siglos antes a la aparición de la doctrina liberal y es en cierta medida independiente y anterior a la misma.

Pero esta orientación está ausente en el caso del poder mediático, donde nada —salvo el dogma liberal de “la mano invisible”— garantiza el interés de los medios privados en una democratización del poder más allá de sus propios dominios. Su orientación al bien común se entiende solo a partir de la aceptación de la equiparación entre democracia y mercado que propone el liberalismo. Pero a la vista está el resultado del libre mercado como posible garante del valor democratizador de la comunicación de masas: pocos autores negarán que el poder mediático se ha concentrado, a través de procesos de integración vertical y horizontal a lo largo del siglo pasado, en un reducido número de grupos de comunicación multimedia globales que controlan la mayor parte de los flujos de información, a menudo en estrecha vinculación con otros poderes políticos y económicos. Es abundante la literatura que da cuenta de este fenómeno, que dio lugar al proyecto NOMIC a la luz del conocido *Informe McBride*, con apoyo de la UNESCO (McBride et al. 1980). El principal reto a esta concentración de poder comunicativo hoy estaría en la existencia de una Internet abierta y neutral y de la acción ciudadana organizada en sus redes sociales digitales y su blogosfera (que no dejan de ser un reducido grupo de corporaciones transnacionales), referida ya por algunos autores precisamente como *quinto poder* (Ramonet 2011), una denominación que sin embargo acrecentaría el problema que aquí estamos tratando al apuntalar y cristalizar el mencionado sesgo ideológico de la noción de cuarto poder.

Más allá de entrar a valorar si la doctrina liberal supone una democratización de la comunicación o más bien favorece su estructura oligopólica, interesa reparar aquí en la cuestión ideológica que nos atañe: si la justificación de la concepción del cuarto poder como poder democratizador está en el mito liberal de la mano invisible (autorregulación del mercado de la comunicación), la hegemonización del recurso a la idea de cuarto poder estaría funcionando de facto como una justificación del liberalismo económico. Dicho de otro modo, reconocer acríticamente la libre iniciativa privada en comunicación como poder democrático “homologado” con la división de poderes clásica es un constructo ideológicamente funcional al neoliberalismo económico.

De este modo, un efecto achacable a la mencionada homogenización de lo heterogéneo en la expresión “cuarto poder”, es el de estar legitimando indirectamente la incidencia política de las corporaciones privadas, una característica fundamental de la doctrina liberal que ya estaba presente en la descripción del *tercer poder* de Tocqueville (asociativo). Bajo el pretexto de vigilar a los poderes democráticos denunciando sus abusos y errores, la metáfora representa a esta industria como contrapoder equilibrador y democrático. En el mundo anglosajón, esta misma operación de legitimación de la incidencia ideológica del sector privado en la opinión pública se opera a través de la metáfora del perro guardián (“watchdog”), que presenta a los medios como el vigilante que dispara las alarmas cuando el sistema de equilibrios y contrapesos de los poderes públicos fracasa en su independencia y contención mutua. Esta metáfora sigue vigente, muy extendida y también cuestionada en el periodismo anglosajón, por ejemplo, recientemente, en torno al rol del periodismo financiero en la detección y prevención de la llamada *crisis subprime* (Harber 2009; Marron et al. 2010; Starkman 2009; Tambini 2010). La romántica imagen de un periodismo libre resuelto a denunciar los desmanes de un poder autoritario, aunque recurrente en el cine norteamericano del siglo XX, se contradice con numerosos ejemplos ofrecidos por la historia reciente en que las corporaciones mediáticas han hecho dejación de estas funciones aplicándose más bien a la defensa de intereses corporativos y a la influencia política.

¿Cuarto, primero o segundo? *Desideratum vs. status quo*

Hemos visto cómo el origen y forma específica del poder mediático lo distinguen claramente de los tres poderes representativos, así como las dificultades para su consideración formal como contrapoder ciudadano salvo aceptación implícita del marco lógico del neoliberalismo económico. Basándonos en estas dos observaciones, podemos señalar otro “efecto ideológico” o distorsión cognitiva inducida por la conceptualización del poder mediático bajo la noción de “cuarto poder”, menos directa pero de mayor alcance: en esta noción se confunden estratégicamente deseo y análisis, la constatación de la estructura social con el proyecto político teórico que marca el horizonte a alcanzar. Esta imprecisión adquiere una dimensión performativa al borrar la distinción entre el ser y el deber ser: reconocer a los grandes medios privados el rol de poder democrático sería una forma de hacer necesidad de la supuesta virtud y así darla por buena.

Si se trata de teorizar la función social de producir información e inscribirla en macrorrelatos compartidos como una función esencial del poder en las sociedades modernas, entonces cobra sentido hablar de cuarto poder y equipararlo al poder de generar leyes, de ejecutar la acción de gobierno en el marco de esas leyes, o de impartir justicia en base a las mismas. Pero a la vez, habrá que proyectar dicha función como institución democrática y no exclusivamente de mercado, y reconocer que esto exige una deliberación pública y una decisión democrática sobre las estructuras desde las que se realiza dicha

función (Ruiz 2008; Bolaño 2014). Será necesario repensar por qué habríamos de insistir en abandonar este cuarto poder desregulado al albur de mercado y no los otros tres, pese a los resultados conocidos, o cómo habilitar mecanismos que prevengan la concentración de este poder en pocas manos o su solapamiento con otros poderes, así como unas mínimas garantías para la participación universal en el mismo, etc. Hablar de cuarto poder como proyecto político democratizador equivale a reconocerse el derecho como sociedad a intervenir en su estructura y funcionamiento en función de criterios democráticos, pero el tabú que pesa sobre la idea de regulación de medios de nuevo pone inmediatamente de manifiesto el diferente origen y naturaleza de estas estructuras de poder: mientras los tres poderes clásicos provienen de teorías democráticas fundamentales forjadas hace miles de años, la actual estructura del cuarto poder está directamente enraizada en el proyecto burgués de sociedad de mercado, y comparte limitaciones y problemas con este.

Si en cambio hablamos de Cuarto Poder no como proyecto político democratizador sino como constatación de la expresión de una fuerza social *de facto*, lo que obliga a una visión crítica del mismo, entonces esta noción sería problemática además por otros motivos: ¿en qué sentido es cuarto? ¿no será más bien primero? ¿No se asientan la acción de gobierno y la justicia en marcos legales y cartas magnas, relatos colectivos y mitos fundantes, proyectos de sociedad al fin y al cabo cuya publicidad y legitimidad es crucial para su propia institución? En efecto, desde esta perspectiva, la institución de marcos de sentido a partir de la producción de mitos y relatos compartidos es un tipo de poder diferente y anterior a la propia existencia de poderes democráticos, es un poder de naturaleza distinta. En caso de fallar el poder simbólico que los instituye y reproduce, no es posible el recurso a los otros tres poderes, por lo que su caracterización como "cuarto" carece aún más de sentido.

Esta indistinción entre el orden del *desideratum* y el orden del *status quo* puede parecer irrelevante, y sin embargo es aquí donde radica el valor ideológico de la metáfora. Consciente o inconsciente, la confusión entre propuesta y vivencia tiene nuevos efectos performativos, como el de institucionalizar y al tiempo encubrir los mecanismos reales que operan en la articulación o desarticulación del cuerpo social. Como explica González Broquen (2011, p.49), "los medios participan del poder como elementos que transforman, no solamente la manera de hacer y pensar la política, sino *lo político* en cuanto tal", por lo que no se trata de un "poder autónomo o agregado al sistema de poderes clásicos que definen los sistemas democráticos, ni tampoco como un poder al servicio de otro poder (poder económico por ejemplo), sino como elemento intrínsecamente político".

Mientras los tres poderes públicos requieren de múltiples consensos sociales para su funcionamiento (sistemas de votación, jerarquías, fuerzas de orden, etc.) y en última instancia se apoyan, para decirlo con Webber(1918), en el monopolio estatal de la violencia organizada, el poder simbólico existente en cada sociedad por su propia lógica opera en todo momento y directamente sobre las

construcciones sociales de la realidad, al margen de consensos formales explícitos y del grado de organización democrática de dicha sociedad. En ese sentido la naturaleza del poder simbólico es más próxima a la desnuda inmediatez y simplicidad de la violencia organizada como mecanismo de poder que a la complejidad teórica de los otros tres poderes democráticos, que precisamente son costosas construcciones históricas cuidadosamente diseñadas para tratar de poner límite a ese otro poder primario de la violencia. El poder mediático no disputa su hegemonía con los tres poderes formales representativos, sino con el poder coercitivo.

Cuando Burke hablaba de estamentos nombraba sujetos sociales formalmente constituidos, decadentes o emergentes, entre los cuales se trataba de inscribir a la prensa. Al hablar sin embargo de cuarto poder, olvidamos que su acción, como recuerda la cita de Wilde que abre este texto, es anterior y más eficaz que la de los poderes públicos del estado, no es un proyecto político a constituir, no es un principio rector por el que hemos pactado organizarnos, ni forma parte del contrato social: es una fuerza obrante que, democráticamente o no, de facto, y no por decisión colectiva, detenta una descomunal capacidad de incidencia ideológica, sin la cual no pueden entenderse los procesos de construcción de la actualidad informativa y la memoria colectiva de una sociedad, de las representaciones y discursos con que esta se piensa a sí misma. El poder mediático pretende (no puede evitarlo), como afirma González Broquen (2011, p.60), "ser a la vez el soberano y expresión del soberano: representar y actuar en un mismo gesto" de manera que "se convierte en meta-voluntad general, destruyendo y deslegitimando hasta la existencia de lo político. Los medios ya no son más mediadores entre la sociedad y la política, sino que absorben en sí estas dos categorías, pretendiendo actuar a la vez como sociedad (opinión pública) y como juez político (soberanía de los derechos humanos), obviando la necesaria mediación de los poderes democráticos". En este sentido, es más precisa la ubicación del poder simbólico junto al poder coercitivo de las armas como poderes "en bruto" frente a los cuales hay que pensar estrategias de control, democratización, equilibrio y contrapeso, que no pueden simplemente confiarse al libremercado como sensatamente no lo hacemos con el poder fáctico y directo del armamento pesado.

La conceptualización del origen del poder en la sociedad no en tres, ni en cuatro elementos, sino en dos, poder simbólico y poder coercitivo, no tiene nada de novedosa. Desde la noción de hegemonía en Gramsci hasta Joseph Nye (1990), pasando por Althusser (1970), ha estado presente bajo diferentes formas en el pensamiento político del siglo XX. Nye señala que allí donde el "soft power" fracasa, su acción es complementada por la del "hard power", cuya acción habrá de ser legitimada en paralelo por un poder anterior. Toda acción represiva ocurre en un marco simbólico preexistente, matriz interpretativa que precede y organiza cognitivamente las visiones colectivas en torno a dicha acción. El rol que Althusser (1970) atribuyera a los Aparatos Ideológicos (no necesariamente estatales), consistente en instruir a los sujetos para que "marchen solos" bajo amenaza de

intervención de algún destacamento de los Aparatos Represivos, persiste en la industria mediática de la globalizada sociedad de la información pese a su total desapercibimiento en periodos de normalidad democrática. Uno de los errores de Althusser estaba en considerar los aparatos ideológicos como estatales y no de clase, una visión desbaratada por el ejemplo venezolano. Dar a entender mediante la homologación del "cuarto poder", por ejemplo, que el poder de la prensa y el poder judicial operan en condiciones similares, encubriría hasta qué punto el primero tiene un inherente carácter de clase, al menos bajo la forma que adquiere en el capitalismo contemporáneo dada la elevada barrera de entrada a este mercado, la inversión inicial necesaria para generar recursos comunicativos potentes, y por tanto su inherente vinculación a los intereses del capital, que le obliga a no contradecirlos sistemáticamente en caso de conflicto con intereses contrapuestos, so pena de socavar su propia base material. Una de las corrientes analíticas que ha puesto su interés precisamente en este carácter de clase y vinculación a los intereses del capital del sistema mass mediático es sin duda la economía política de la información, la comunicación y la cultura, desde cuyas posiciones se viene insistiendo en la necesidad de diferenciar aquellos estudios de corte liberal que analizan la producción de información como mera función de mercado "desde el propio sistema; esto es, pensando con categorías del propio sistema" (del Valle-Rojas et al. 2012, p.91) centrándose en los aspectos medibles, objetivables y aparentemente neutrales, que permitirían fundamentar la metáfora de los medios como cuarto poder (neutro respecto del conflicto social capital-trabajo) frente a aquellos que rechazan la naturalización del mercado informativo-cultural y proponen afrontarlo además como sistema fuertemente ideologizado de construcción de realidad, en permanente proceso de cambio precisamente por estar atravesado por las relaciones de poder de las diferentes clases sociales en cada momento histórico.

Discusión a la luz de un caso de estudio.

Este poder mediático, por tanto, poco tiene que ver con los ideales ilustrados de ciudadanía y Estado de Derecho. Algunos casos de golpe de estado recientes, caracterizados como "golpes mediáticos" como el acontecido en Venezuela en el año 2002, constituyen una demostración práctica de la diferente naturaleza de unos y otros poderes. Independientemente de la valoración que se haga sobre el auge de gobiernos de izquierda en Latinoamérica, el hecho constatable es que allí donde proyectos políticos electos en elecciones democráticas han confrontado desde los poderes legislativo y ejecutivo ciertos intereses de oligarquías nacionales y se han apartado de la senda trazada por el llamado Consenso de Washington para la región latinoamericana, grandes grupos mediáticos privados han ejercido tendencialmente una incidencia desestabilizadora en sentido opuesto al del sentir ciudadano expresado en las urnas, llegando al extremo de implicarse directamente en el apoyo y coordinación de golpes de estado para deponer dichos gobiernos y retomar la hoja de ruta neoliberal para la región

(Candón-Mena 2013, p.15; Sierra Caballero 2013, p.14; Del Brutto López 2003; Castillo 2003).

En el caso venezolano, el golpe de estado militar de abril del año 2002 disolvió los poderes legislativo y ejecutivo, así como la Constitución, para nombrar presidente al magnate petrolero Pedro Carmona, presidente de la organización patronal (Fedecámaras). La implicación de los medios en la coordinación y ejecución del golpe quedaba recogida en las palabras del vicealmirante Héctor Ramírez Pérez, jefe del Estado Mayor de la Armada venezolana nombrado Ministro de Defensa por el brevísimo gobierno golpista, en una entrevista televisada el mismo día del golpe: "Afortunadamente tuvimos una gran arma que son los medios de comunicación. Si ustedes, el pueblo llano vio hoy, el ejército y las fuerzas armadas no hizo un disparo [sic]. Todo esto fue una... Nuestras armas fueron los medios de comunicación" (Bartley & O'Brien 2004). Igualmente explícitas fueron las palabras con que Napoleón Bravo, presentador del informativo *24h*, acompañado por el contraalmirante golpista Carlos Molina Tamayo, abrió en el canal Venevisión la edición matinal de la jornada posterior al golpe reconociendo al gobierno de facto: "Tenemos nuevo presidente. Debo decirlo: gracias Venevisión, gracias RCTV, gracias Televen, gracias medios de comunicación" (Íbid). Así explicaba el carácter mediático del golpe el *Houston Chronicle*, según crónica de Bart Jones (2007) corresponsal de *The Associated Press* para Venezuela:

«RCTV [y otros canales] llamó y participó en un golpe de estado en el que un presidente democráticamente electo fue depuesto por militares [...]. Dos días antes del golpe, RCTV suspendió su programación regular y sus anuncios comerciales para dar cobertura total a una huelga general destinada a destituir a Chávez. Después emitió sin descanso anuncios que animaban a la agente a acudir a una marcha contra el gobierno para el día del golpe, y ofreció una cobertura completa del evento sin dar cabida a ninguna voz pro-gubernamental. Cuando la protesta terminó en violencia y los militares desalojaron al presidente, RTVC y otros canales impusieron un apagón noticioso prohibiendo cualquier cobertura de las manifestaciones pro-chavistas que salieron a las calles a exigir su retorno. Uno de los jefes de informativos de RTCV, Andrés Izarra, renunció tras haber recibido la orden de sus superiores: 'cero chavismo en pantalla'. [...]. Tras el golpe, cuando el nuevo presidente Pedro Carmona [presidente de la patronal venezolana] disolvió la corte suprema y la asamblea nacional y declaró nula la Constitución, todos los barones mediáticos fueron a palacio y presentaron su apoyo al nuevo régimen. Mientras las calles de Caracas literalmente ardían de ira por la expulsión de Chávez, los canales de televisión emitían películas de Hollywood como *Pretty Woman*.»

Efectivamente, como denuncia Bart Jones, la coordinación de los medios fue evidente, y la intentona militar adquirió carácter de batalla mediática. Muchos medios informaron de un inexistente alzamiento de todas las divisiones militares, así como de una renuncia del presidente que nunca se produjo, mientras se ocultaba la información sobre enfrentamientos entre defensores del gobierno y policía, que estaba dejando decenas de muertos en las calles de Caracas. Según las palabras de este corresponsal estadounidense, la implicación de algunos canales como RCTV en el golpe fue tan activa desde días antes de que se produjese, que "si hubiera operado en los Estados Unidos, es muy dudoso que las acciones de este canal durasen más de algunos minutos" (Jones 2007, p.2). La misma mañana del golpe, el director general del canal, Marcel Granier, se reunía en el palacio presidencial con el recién nombrado presidente durante una calurosa celebración de la disolución de los poderes electos representativos, como recogen las imágenes de reporteros internacionales (Bartley & O'Brien 2004).

Documentos como estos evidencian hasta qué punto el poder mediático, especialmente en situaciones de inestabilidad social e incertidumbre política, adquiere un peso mucho mayor que los propios poderes democráticos y se convierte en un factor decisivo a la hora de orientar el curso de los acontecimientos. La preponderancia de grandes grupos mediáticos incluso sobre gobiernos electos y marcos constitucionales ilustra hasta qué punto la realidad fáctica se impone sobre el proyecto colectivo, el *status quo* prevalece sobre el *desideratum*, por lo que conviene enfatizar y no disolver esa distinción a la hora de caracterizar el poder. La enumeración del poder mediático en el paradigma de los poderes públicos democráticos induce a error precisamente por el deslizamiento de connotaciones como "público", "democrático" o "representativo" hacia una serie de iniciativas privadas que no tienen por qué merecer tales etiquetas, pero no menos engañoso es el estatus que se otorga a estos tres poderes formales (ejecutivo, legislativo y judicial) situándolos en el pie de igualdad con un poder generado por el control de la producción simbólica masiva en una sociedad que, como hemos visto, es en realidad anterior y hoy en día muy superior. De esto era ya muy consciente Burke cuando esgrimía la noción de "fourth estate" para oponer el "estamento" mediático a los otros tres, siglos antes de la era televisiva, advirtiendo ya que éste era "enormemente más importante que los demás" (Carlyle 1841, p.392).

Lo que el análisis crítico de la metáfora del "cuarto poder" está poniendo de relieve es la necesidad de hacer distinción entre poderes indirectos, basados en consensos, necesitados de articulación discursiva y poderes fácticos de efecto directo como el poder simbólico o militar. Independientemente de los vaivenes de su credibilidad, los medios de masas no dejan hoy de ser el principal resorte para las articulaciones discursivas, el hábitat de reproducción de los discursos compartidos. La industria mediática privada obviamente no es el único agente social aplicado a la labor de narración del tiempo vivido (ya hemos mencionado Internet), pero sí el más potente, que genera los marcos con que se conoce, comprende e interpreta la acción de los tres poderes representativos (de cualquier

otro poder), y que opera en un ámbito cuya barrera de acceso viene dada por la capacidad de acumulación de capital y no por tribunales de oposiciones, concursos públicos o elecciones democráticas. No es baladí recordar que en el siglo XXI apenas existen experiencias (ni demanda) de un sistema de prensa pública cuyos profesionales accedan por concurso de méritos públicamente contrastables y escriban con libertad de criterio sin temor al despido. Solo el desarrollo de dispositivos como una Internet abierta y neutral, una regulación democratizadora, un sistema de comunicación ciudadana participativo combinado con unos medios públicos independientes pueden constituir contrapesos reales y efectivos a este poder de los medios privados.

Conclusión

La generalización del recurso al concepto de “cuarto poder” en docencia e investigación sobre comunicación de masas para hacer referencia al rol que juega el sistema de medios en las democracias contemporáneas es desaconsejada debido a sus imprecisiones, tanto para perspectivas críticas con el rol de los medios de masas, porque introduce como hemos visto cierto sesgo cognitivo favorable al proyecto económico neoliberal, oculta su condición de poder anterior y más potente, y legitima la intervención política de las grandes corporaciones privadas; pero también para perspectivas optimistas y favorables a esta intervención, porque invita a su regulación y democratización del mismo modo que se hace con los otros tres poderes representativos.

En conclusión, lo que esta comunicación está proponiendo es una relectura crítica del mito del cuarto poder que sitúa el poder simbólico de los medios en pie de igualdad junto a los tres poderes democráticos del estado moderno, homologados en un mismo paradigma, y sugiere su formulación explícita como proyecto político a construir, diferente de los intentos de descripción de su rol social, para los que sirven mejor conceptualizaciones que inscriben el poder mediático en la dualidad de poderes anteriores que operan (des)vertebrando nuestras sociedades en todo momento: el poder que un grupo social consigue para “convencer” (hegemonizar sus representaciones, marcos de sentido y sistemas de valores como cultura dominante) o el poder para “vencer” e imponer mediante coerción física una normatividad funcional a su proyecto de sociedad.

Referencias bibliográficas

ALTHUSSER, Louis (1970): "Idéologie et appareils idéologiques d'état (Notes pour une recherche)". *La Pensée*, n° 151, París, pp. 3-38.

AZNAR, Hugo (2010): "Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética?". *Dilemata, International Journal of Applied Ethics*, n°3: <http://dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/36> [fecha de consulta: 17 de junio de 2016].

BARTLEY, Kim & O'BRIEN, Donnacha (2004): *Chávez: Inside the Coup* (película), Radio Telefís Éireann & Power Pictures, Irlanda.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (2014): "Considerações sobre direito e comunicação no capitalismo contemporâneo". *Perspectivas de la comunicación*, n° 7, pp. 133-138. Chile: Universidad de la Frontera. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5283564.pdf> [fecha de acceso: 12 de junio de 2016]

CANDÓN-MENA, José Ignacio (2013): "Movimientos por la democratización de la comunicación : los casos del 15M y #YOSOY132". *Razón y palabra*, n°82, México: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/27060> [fecha de consulta: 12 de junio de 2016].

CARLYLE, Thomas (1841): "Lecture V: The Hero as Man of Letters. Johnson, Rousseau, Burns". En CARLYLE, Thomas: *On Heroes, Hero-Worship, & the Heroic in History*. Londres: James Fraser.

CASTILLO, Antonio (2003): "Breaking Democracy: Venezuela's Media Coup". En *Media International Australia*, n° 108(1), pp.145-156.

COTARELO, Ramón, y CUEVAS, Juan Carlos (1998): *El cuarto poder: medios de comunicación y legitimación democrática en España*. Melilla: UNED Servicio de Publicaciones.

DEL VALLE-ROJAS, Carlos, NITRIHUAL-VALDEBENITO, Luis, y MAYORGA-ROJEL, Alberto Javier (2012): "Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios". *Palabra Clave*, n°15(1), 82-106. Bogotá, Colombia: Universidad de La Sabana, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563005> [fecha de consulta: 7 de junio de 2016].

DEL BRUTTO LÓPEZ, Bibiana Apolonia (2003): "Globalización y el nuevo orden internacional: las sociedades de la información." En *TEXTOS de la CiberSociedad*, n°3: <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=14> [fecha de consulta: 30 de mayo de 2016].

ESPINA, Antonio (1960): *El cuarto poder: cien años de periodismo español*. Madrid: Aguilar.

GONZÁLEZ BROQUEN, Ximena (2011): "Hacia una categorización del poder mediático: poder representativo, meta-poder y anti-poder". En *Mediaciones Sociales, Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación.*, 8(1), pp.47-68.

HARBER, Anton (2009): "When a watchdog doesn't bark". En *Rhodes Journalism Review*, n° 29, Grahamstown, pp. 20-21: http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Watchdog.pdf [fecha de consulta: 2 agosto de 2016].

JONES, Bart (2007): "Chávez As Castro? It's Not That Simple In Venezuela". En *Houston Chronicle*, 7 de febrero, Houston: <http://www.chron.com/default/article/Chavez-as-Castro-It-s-not-that-simple-in-1555287.php> [fecha de consulta: 30 de mayo de 2016].

MARRON, Maria, SARABIA-PANOL, Zeny, SISON, Marianne, RAO, Sandhya y NIEKAMP, Ray (2010): "The scorecard on reporting of the global financial crisis". En *Journalism Studies*, n°11(2), Londres, pp. 270-283: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700903538413> [fecha de consulta: 2 agosto de 2016]

MARX, Karl (1847): *Miseria de la filosofía. Respuesta a La filosofía de la miseria de Proudhon*. Bruselas: C.G. Vogler.

MCBRIDE, Sean y otros (1980): *Un solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión McBride*. París, UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf> [fecha de consulta: 2 agosto de 2016]

NYE, Joseph (1990): "Soft power". En *Foreign Policy*, n°80, Washington D.C., pp. 153-171.

RAMONET, Ignacio (2011): *La explosión del periodismo: Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

RUIZ, Carlos (2008): *La agonía del cuarto poder: prensa contra democracia*. Barcelona: Trípodos.

RUIZ, Emilio (1996): *Cuarto poder: cómo el poder económico se inserta en los medios de comunicación colombianos*. Bogotá: Castillo.

SANDLER GIRBAU, Héctor (1999): *El cuarto poder: expresión, información y comunicación social*. Buenos Aires: Ediar.

SHAHAR, Shulamith (1983): *The fourth estate: a history of women in the Middle Ages*. Londres: Methuen.

SIERRA CABALLERO, Francisco (2013): "Comunicología y tecnopolítica emergente: nuevas mediaciones y espacios de liberación social". En *Redes.COM*, n°8, pp.11-19. <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/viewFile/275/251> [fecha de consulta: 2 de junio de 2016].

STARKMAN, Dean (2009): "Power Problem. The business press did everything but take on the institutions that brought down the financial system." En *Columbia Journalism Review*, May-June, New York, pp. 22-30.

TAMBINI, Damian (2010): "What are financial journalists for?". En *Journalism Studies*, n° 11(2), Londres, pp. 158-174.

TOCQUEVILLE, Alexis de (1833): *De la democratie en Amerique*. Barcelona: Barcelona Athenaeum Library.

VIDAL BONIFAZ, Francisco (2008): *Los dueños del cuarto poder*. Mexico D.F.: Temas de Hoy.

WEBER, Max (1918 / 1967): *El político y el científico*, Madrid: Alianza Editorial.

WILDE, Oscar (1891): "The Soul of Man under Socialism". En *Fortnightly Review*, Febrero, Londres, pp. 292-319.