

F25 - 27
8 copias.

17. Un nuevo espacio público: la democracia mediática

Fernando Vallespín

1. Publicidad, espacio público y democracia

1.1 Hacia una definición

Entre los elementos que caracterizan a una *poliarquía* —es decir, a una democracia a gran escala próxima al ideal de la democracia— Robert Dahl incluye la libertad de expresión en todas sus variantes y el poder gozar de «fuentes de información alternativas». Serían algunos de los medios imprescindibles para acceder a uno de los fines fundamentales de la democracia: fomentar la *participación conjunta* de los ciudadanos en la elaboración de un *juicio colectivo*; es decir, *la comunicación política entre ciudadanos y entre éstos y el sistema político*. Para ello es imprescindible poder contar con un amplio y eficaz ámbito o espacio de interacción, deliberación o comunicación pública. La democracia es inconcebible sin una arena de debate en la que al menos cobre sentido el juego gobierno/oposición y se establezca un continuo proceso comunicativo entre gobernantes y gobernados. Esta arena recibe el nombre de «espacio público».

Una primera aproximación al concepto de *espacio público* nos lo presenta así como aquella esfera en la que tienen lugar todos los procesos de comunicación y deliberación *pública*. Es, sin embargo, un concepto que está lejos de poseer una semántica clara e incuestionada. Esto se debe en parte a la impronta normativa con la que, de la mano de Jürgen Habermas (1962), hace su aparición en la teoría política. Para empezar, el término uti-

17. Un nuevo espacio público: la democracia mediática

lizado, *Öffentlichkeit*, abarca una dimensión similar a nuestra «publicidad» y alude a la existencia de un «espacio» donde algo se «publicita» y puede dar lugar a eso que habitualmente calificamos como «opinión pública». La comunicación pública tiene lugar en los medios de comunicación de masas, que conforman y modifican las ideas, posiciones y opiniones sobre la política o cualesquiera de los temas que puedan tener una dimensión pública. Y en ella se refleja también la comunicación en parlamentos, partidos o reuniones políticas.

Habermas va desarrollando este concepto al hilo de una indagación sistemática e histórico-teórica de las distintas dimensiones del concepto de «lo público». Este estudio inicial ofrece un interesante rastreo de la génesis de este concepto en la sociedad burguesa y su posterior evolución y «deformación» en el siglo xx. Las reuniones informales en salones, clubes y cafés de un selecto grupo de la burguesía, y la extensión de los primeros periódicos van a facilitar la aparición de una esfera de discusión y debate que poco a poco cumplirá la función de ir transmitiendo las inquietudes y necesidades privadas a los poderes públicos. Opera, en un primer momento, como instancia crítica del absolutismo, pero pronto, a partir de las revoluciones burguesas de finales del siglo xviii, esta *opinión* constituirá el sustrato necesario que permitirá el paso del *bourgeois* al *citoyen* y conectará la dimensión privada a otra más propicia para la deliberación pública. El grado de desarrollo de este espacio público se mide por la conexión de los debates parlamentarios con la opinión pública y por el grado de interacción entre prensa y Estado, algo que el Estado liberal de derecho acabará por institucionalizar de modo más o menos eficaz hasta llegar a nuestros días.

1.2 Espacio público y democracia deliberativa

Otra cosa ya es el grado de intensidad que exijamos de esta comunicación. Al menos desde el conocido debate entre W. Lippmann y J. Dewey sobre el papel de la ciudadanía en las democracias modernas¹ se han sucedido los enfrentamientos teóricos entre quienes abogan por un papel activo para la ciudadanía y aquellos que, como Lippmann, consideran que la política debe dejarse en manos de profesionales, dada la predisposición del público a dejarse llevar por estereotipos y por las directrices impuestas por la clase política. La importancia relativa de que dotemos a la comunicación para la realización del ideal democrático nos ubicará ante la conocida distinción entre *democracia (meramente) representativa* y *democracia deliberativa*.

Con independencia de que entre una y otra hay un cierto *continuum* de posiciones más o menos próximas a sus respectivos polos extremos, en general puede sostenerse que una tiende a afirmar la realidad de la comunicación pública dada, sin dotar de un excesivo valor a sus posibles deficiencias, mientras que la otra insiste, por el contrario, en una seria llamada de

atención sobre las distorsiones que de forma creciente interfieren en la comunicación pública. Para esta última lo importante es seguir manteniendo la tensión normativa, entre norma y realidad, entre la democracia tal como es y tal como *debería* ser. Sin un adecuado espacio de deliberación pública no podrían realizarse los valores de la libertad o de la autonomía colectiva, de la igualdad o el respeto mutuo que los ciudadanos se deben unos a otros. De dicha deliberación dependería también la calidad de las decisiones políticas o el adecuado desarrollo de ideas, convicciones y opiniones colectivas. El presupuesto es que las decisiones políticas son siempre decisiones bajo cierta incertidumbre, y que la deliberación pública es, en sí misma, un proceso imprescindible para acceder a una opinión, desechar alternativas o adquirir más seguridad.

Si la primera posición favorece un punto de vista en el que la acción en el espacio público se identifica con un mero proceso de regateo (*bargaining*) entre intereses y tomas de partido plenamente conformados y compactos, la segunda apuesta por la discusión apoyada en argumentos racionales (*arguing*). Frente a la negociación entre intereses concurrentes, se afirma el libre intercambio dirigido a hacer triunfar el «mejor argumento». La democracia deliberativa no busca la fuente de la legitimidad en la voluntad *predeterminada* de los individuos; la extrae del proceso mismo en el que ésta se va articulando, de la propia deliberación. Como señala Bernard Manin, «una decisión legítima no representa la voluntad de todos, sino que es más bien la que emana de la voluntad de todos». La deliberación cumple una función terapéutica para ilustrarnos sobre nuestras propias preferencias y para acceder a una mayor competencia ciudadana en general.

a) Como ejemplo casi paradigmático de la primera posición está la obra de Joseph Schumpeter (1968), quien resaltó la alta improbabilidad de que el ciudadano individual consiguiera prestar la más mínima atención a las cuestiones políticas. Las personas sólo suelen ser capaces de manifestar un juicio mínimamente elaborado sobre aquellas opciones de la acción caracterizadas por los criterios de la proximidad y la frecuencia. La posibilidad de una decisión racional se incrementa cuanto más familiarizados estamos con una determinada situación y cuanto más podemos experimentar por el método de ensayo/error, como, por ejemplo, en la evaluación de los productos del consumo cotidiano. Lo característico de las cuestiones políticas, por el contrario, es su lejanía —suelen producirse lejos del ámbito de la experiencia inmediata del ciudadano, sobre todo en la política internacional— y su cambio constante de temas, además de las dificultades de evaluación que suelen concurrir en las decisiones políticas concretas. Nuestra capacidad de razonamiento político, incluso en aquello que afecta a nuestros mismos intereses, la veríamos como infantil en comparación con la capacidad que desplegamos para cuestiones de otra naturaleza o en otros ámbitos. El resultado es una voluntad susceptible de caer en la manipulación, de dejar-

se llevar por los afectos y, en todo caso, responde a una «voluntad fabricada», no elaborada autónomamente. La política expresiva y simbólica aparece así como el mecanismo más eficaz de movilización de la ciudadanía, no la reflexión ni, desde luego, la deliberación.

b) En Jürgen Habermas nos encontramos, por el contrario, con una de las más firmes defensas de la democracia deliberativa asociada a una cardinal valoración del espacio público. Y no deja de observar cómo el «cambio estructural» del espacio público, su «deformación», se produce con la aparición de los nuevos medios, muchos de ellos, en particular las grandes agencias de noticias, en manos o bajo una importante influencia del Estado. El espacio público deja de estar ocupado así por ciudadanos razonantes y se somete a una cultura integradora y de mero consumo de noticias y entretenimiento; se reestructura con fines puramente «demostrativos y manipulativos». Por decirlo con sus mismas palabras, «la red de comunicaciones de los medios electrónicos de comunicación de masas, tejida de una forma cada vez más espesa, está hoy en día organizada de tal modo que, a pesar de que técnicamente representa un potencial de liberación, sirve más para controlar la lealtad de una población despolitizada, que para someter los controles estatales y sociales... a una formación discursiva y descentralizada de la voluntad» (Habermas, 1974: 12).

Obsérvese, en primer lugar, cómo el sentido de esta crítica reside en contrastar lo que *debería* ser el espacio público con lo que de hecho es. Habermas dota así a este elemento de la «publicidad» de un valor *normativo*: el poder sólo puede legitimarse, racionalizarse, mediante discusiones públicas en el marco de *deliberaciones* libres. El principio de legitimidad democrático se vincula, por tanto, a la resolución racional de conflictos políticos mediante prácticas argumentativas o discursivas en diferentes espacios públicos y se hace depender de la consecución de consensos sobre normas o decisiones políticas lo más amplios posibles. Y éstas prácticas se sujetan también a toda una serie de *condiciones formales*, como la simetría entre los participantes, la apertura a todo tipo de temas, la transparencia hacia dentro y hacia fuera, la «comunicación ilimitada» que no se deja ordenar ni domesticar, etc. A la postre, el ciudadano no se limita a ser un sujeto de derechos; debe constituir y desarrollar su identidad política por medio de relaciones intersubjetivas y buscar a través de ellas su reconocimiento y protagonismo político. Éste es el *principio regulativo* que debe informar toda política democrática y se ancla en los aspectos más saludables de sus tradiciones, prácticas e instituciones, como es el propio modelo parlamentario.

A nadie se le escapa la inmensa distancia existente entre este impulso normativo y la realidad actual del espacio público. Aunque Habermas en ningún momento pierde de vista la *realidad* de una sociedad cuya evolución no es precisamente propicia para el desarrollo de estas dimensiones de

ladanía. Es más, en la revisión que hiciera en 1990 del libro de 1962, mas mismo lamenta, como ya hemos visto, no haber dado la importancia que merecen a fenómenos tales como el problema de la fusión de información y entretenimiento, la organización y presencia creciente de la publicidad, las nuevas y poderosas estructuras del capital en los medios de comunicación, etc. No hay aquí, pues, una presentación y justificación «independiente» de una de las instituciones y prácticas imprescindibles para la existencia, sino que éstas se afirman desde una consciente aprehensión de fenómenos que interfieren en su realización. Y aunque no queda del todo claro qué habría que hacer para revitalizar ese tejido comunicativo que aparece tan profundamente erosionado por la burocratización y racionalización social creciente, sí consigue al menos complementar el ideal de fusión en el espacio público con una dimensión crítica ausente en los modelos normativos².

Espacio público y sociedad civil

Es posible, quizá mantenga un excesivo optimismo en todo lo que hace al respecto, pero el mantenimiento y supervivencia de determinadas condiciones estructurales que son imprescindibles para introducir prácticas deliberativas. En primer lugar, el gozar de una *esfera pública*, asentada sobre la *sociedad civil*, para él serían aquellos espacios libres de interferencia estatal y dejados a la espontaneidad social no regulada por el mercado ni por los poderosos medios de comunicación. Para Habermas sigue estando disponible una *esfera pública* que, «desde fuera», evalúa, critica e influye sobre la política. A diferencia de que «por su estructura anárquica» está mucho más expuesta a los efectos de represión y exclusión provenientes de la desigual distribución del poder social, el poder estructural y la comunicación sistemáticamente erosionada es un «complejo salvaje» que no se deja institucionalizar.

Para resolver el contraste entre las restrictivas demandas de legitimación y las posibilidades de realización efectiva nos ofrece un curioso *modelo de esfera pública* aplicable al sistema político. Consistiría fundamentalmente en la distinción dentro de ese sistema entre un *centro* y una *periferia*. El *centro* está compuesto por lo que cabría calificar como la política «institucional» que abarcaría el gobierno y la administración, los tribunales de justicia, el sistema representativo y electoral (las cámaras parlamentarias, las cortes políticas, la competencia interpartidista, etc.). El procesamiento de las decisiones funcionaría aquí siguiendo inercias, «rutinas» y, en general, procedimientos pautados que, sin embargo, obligan a que sus operaciones esenciales pasen por los estrechos canales de todo un sistema de *esclusas*, que interponen en las relaciones entre los diferentes órganos e instituciones. La *periferia* estaría constituida por la acción de una «esfera pública» creada por todo tipo de grupos y organizaciones sociales, capaces de

conformar, alterar o impulsar la opinión del público y que a su vez ejerce influencia y condiciona decisivamente las operaciones del «centro».

Desde luego, las diferencias entre una y otra dimensión saltan a la vista: en el centro nos encontramos con la auténtica capacidad de tomar decisiones políticas vinculantes, y donde cada uno de sus órganos tiene sus prerrogativas y relaciones claramente tipificadas; en la periferia impera, por el contrario, un sujeto público descentrado, informal y descompuesto en una serie de redes organizativas, que a lo más que puede aspirar es a intentar imponer su *influencia*. Aun así, su acción fundamental estriba en intentar condicionar la acción del centro del sistema político; en evitar que éste pueda funcionar a espaldas de los flujos de comunicación provenientes de la esfera pública y la sociedad civil.

En cierto modo, presupone reafirmar el papel central de los procesos de creación de voluntad colectiva, el principio democrático. El obstáculo que a este respecto significa la fragmentación social creciente y la ineludible complejidad haría inevitable la presencia de las instituciones del Estado de derecho democrático tal y como hoy las conocemos. Eso sí, propiciando, por ejemplo, el cultivo de espacios públicos autónomos, ampliando las posibilidades de participación de los ciudadanos, domando el poder de los medios de comunicación, potenciando la función mediadora de partidos políticos no estatalizados, etc. Lo fundamental es que el poder administrativo o político no cobre autonomía respecto de los pertinentes controles comunicativo-democráticos. O, y esto es lo que aquí más nos interesa, que éstos no se vean erosionados por la opacidad del espacio público. Y que siga siendo posible la acción de una activa sociedad civil con capacidad para crear y mantener «esferas públicas parciales» (*Teilöffentlichkeiten*) y estructuras de comunicación organizadas a través de «una vasta red de sensores que reaccionan ante la presión de problemas o situaciones problemáticas que afectan a la sociedad global y estimulan opiniones influyentes».

Con todo, las dificultades no obedecen ya sólo a la posible falta de vitalidad de la sociedad civil, sino a las distorsiones que sobre su libre juego supone la interferencia y mediación de los nuevos medios de comunicación, que es donde tiene lugar hoy —más que nunca— el proceso de comunicación y debate político. Véamoslo con cierto detenimiento.

2. Las amenazas al espacio público

Los presupuestos fundamentales *mínimos* que se supone que informan el concepto normativo del espacio público pueden concretarse en los siguientes:

1. La existencia de un espacio abierto a todos, *público*, sin restricciones de ningún tipo, para lo cual es preciso eliminar todas las barreras de entrada mediante la garantía de los derechos de libertad de

expresión y prensa, la eliminación de la censura, etcétera. Se presupone, además, que los ciudadanos tienen una *igual posibilidad de participar y de hacerse oír*. La condición de la *simetría* en el acceso al espacio público, en tanto que manifestación del principio de igualdad política de los ciudadanos, es uno de los pilares normativos de la teoría de la democracia.

2. Las cuestiones objeto de discusión en ese espacio son también *públicas* en el sentido de que afectan a todos por igual, tienen que ver con su repercusión sobre lo común —los «intereses generalizables» (Habermas)—, para lo cual se presupone la clara escisión entre un ámbito de lo público y de lo privado.
3. La libre interacción en esa esfera de debate y opinión *debe hacer triunfar el mejor argumento*, es el medio idóneo para acceder a «la razón». Y aún cabe pensar en un presupuesto ulterior.
4. *La clara diferenciación entre quienes opinan y el medio a través del cual lo hacen*. Al menos desde el siglo XVIII la prensa fue vista siempre como el espejo o el mensajero de las opiniones, aunque en el camino también contribuyera, desde luego, a «crear opinión». La posterior aparición de la prensa partidista coadyuvó a afianzar la idea de que los *media* eran, en definitiva, la correa de transmisión, el espejo, de las diferentes formas de percibir la realidad y de los distintos intereses implicados en las luchas partidistas. Pero, fuera de las manifestaciones «físicas» de apoyo o protesta en la calle, lo cierto es que el espacio público es construido en general a través de la «mediación mediática» —valga la redundancia—, algo que ha venido acentuándose a medida que las nuevas tecnologías han facilitado enormemente su continua presencia e influencia constante.

¿Qué queda de estos presupuestos? Va de suyo, que —pese a Habermas— nunca se han dado de manera perfectamente estilizada ni cabe imaginar que lleguen a serlo. Es también, como tanto de la teoría democrática, un principio regulativo. Pero uno de los más importantes, ya que pone en juego principios tan sagrados para aquella como el igual acceso a la información, el pluralismo informativo, la participación ciudadana en debates públicos y racionales, la transparencia de la política y su posibilidad de ser sujeta a una evaluación por la ciudadanía, etc. ¿Cuáles son entonces las principales amenazas? Veámoslas a partir de los rasgos que acabamos de mencionar.

2.1 Asimetría y «estratificación» del espacio público

El mayor peligro para el libre acceso de los ciudadanos a la información y para permitirles llegar a una «opinión» no proviene ya, al menos en la in-

mensa mayoría de los países democráticos, de las limitaciones formales a la libertad de expresión. Proviene fundamentalmente del *proceso de concentración de la propiedad* de los medios cada vez en menos manos (el imperio de Murdoch sería aquí el ejemplo más relevante), así como de la aparición de medios y agencias transnacionales que dictan de un modo sorprendentemente eficaz cuáles son los hechos sobre los que debe informarse y cómo. Esto no debe sorprender a nadie que disfrute de antena parabólica y pueda contrastar la visión que se ofrece desde cada país de la información internacional. Son prácticamente las mismas noticias acompañadas de las mismas imágenes. La ya vista dependencia de los *media* respecto de lo novedoso y del cortísimo plazo disponible para la emisión hace que no haya literalmente tiempo para poder apoyarse en otras imágenes o para formular las noticias en otros términos.

Otra amenaza proviene, y esto lo sabemos bien en nuestro país, de la indudable sujeción de los medios públicos a la promoción del gobierno de turno. La defensa del *interés informativo general*, que debería ser el referente de tales medios, se acaba contaminando de intereses partidistas. Son cuestiones que a nadie se le escapan pero respecto de las cuales no es posible mantener una alerta constante. En todo caso, la existencia de una amplia competencia entre los medios, las exigencias de la *marca* para los que ya gozan de prestigio y las *recompensas profesionales individuales*³ aseguran en teoría un mercado informativo plural y reactivo. Siempre es posible, además, controlar la concentración de los medios mediante una legislación adecuada. No debe perderse de vista que la carga de la información no está aquí necesariamente del lado de los medios, sino que recae sobre el propio ciudadano. Y el problema estriba más en ver cómo puede reducir éste esa inmensa complejidad y abundancia de información, sin duda muchas veces redundante, que en tener o no acceso a ella. Aquí es bien perceptible la importancia de una alfabetización en los medios como parte de una educación cívica integral.

Hay, sin embargo, un problema adicional que es ya mucho más espinoso para cualquier teoría de la democracia deliberativa: la *asimetría* entre los diferentes participantes en la comunicación pública. Prescindiendo ahora de las peculiaridades de los «espacios públicos parciales», en los que sí cabe imaginar una mayor igualdad entre los diferentes grupos y personas en ellos implicados, lo cierto es que el esquema que domina en el espacio público convencional presupone una clara distinción entre *speakers* y *audiencia*; entre un elemento «activo», con mayor capacidad de acceso a los medios y que habitualmente contribuye a la deliberación, y otro «pasivo», integrado por la inmensa mayoría de los ciudadanos. Es una diferencia que trasciende la clásica distinción entre clase política y ciudadanía, para incorporar a todos aquellos agentes con capacidad para ejercer *influencia* sobre las percepciones del público, suscitar credibilidad o condicionar la agenda de las discusiones públicas en general. Con independencia del instrumento

se valgan, constituyen una verdadera «élite pública», que no solo abarca a los «líderes de opinión», sino en general a todos aquellos que ejercen la función de *gate-keepers* de la información a través de los medios⁴. Sin por ello dejar de perder de vista la existencia de estructuras organizativas y de mercado que trascienden consideraciones puramente institucionales; o que al menos no cabe imputar a la acción de actores concretos a las lógicas que condicionan a los medios de comunicación en el ejercicio de sus funciones.

La ruptura de las fronteras entre público y privado y la aparición del *infotainment*

Algo que los medios de comunicación han contribuido a fomentar sistemáticamente en los últimos años es la ruptura de las fronteras entre espacio público y privado. Se le ha puesto incluso fecha y ocasión concreta: la noche habría sido cuando, hace ya bastante más de una década, la esposa de un matrimonio de gente corriente pudo manifestar ante una gran audiencia de televisión que su marido sufría de eyaculación precoz y no la excitaba sexualmente. Visto desde hoy, este caso parece irrelevante, acosados como estamos a la continua publicitación de los aspectos más íntimos de las personas. Ello se lleva ya al paroxismo en programas del tipo *Hermano*, donde las cámaras pueden reflejar literalmente «todo» lo que ocurre en un recinto previamente acotado donde individuos seleccionados *ad hoc* son invitados a dejarse observar en su «vida cotidiana». Estos programas televisivos ofrecen un magnífico ejemplo de *panóptico invertido*: ya no son los pocos los que observan y controlan a los muchos, como en la inquietante narración de Orwell a la que dicho programa debe su título, sino los muchos a los pocos.

El *panóptico* hemos pasado así al *sinóptico*, a una sociedad donde el espacio público parece coincidir con la posibilidad de ejercer un *sinóptico* de todo lo privado, donde los personajes populares lo son en medida por el mero hecho de «aparecer», no por sus méritos intrínsecos con las excepciones de rigor, claro está. ¿Cuántos de nuestros «famosos» debían tal categoría simplemente a su vinculación con otros previamente definidos como tales y no a algo que previamente les permitiera aparecer; o por sus vicios privados más que por sus virtudes públicas? El espacio público se define así más por la *curiosidad* que suscitan los vicios o las privadas que por remitir a algo que nos es común. Sería otra manifestación más de colonización de los espacios públicos por parte de lo que el espacio privado. El hombre privatizado sólo parece capaz de concebir lo público en términos de esa dimensión. Y se conjuga, a su vez, con el viejo «ansia por la novedad»⁵ que parece marcar inexorablemente la acción de los medios y las expectativas de los espectadores.

Todo esto no dejaría de ser algo pintoresco, una característica más de nuestro tiempo, de no ser por el efecto directo que tiene sobre nuestra propia percepción de la política. Que la industria del *entretenimiento*, ciertamente plural, por otra parte, caiga en este tipo de actividades puede verse como otro nuevo síntoma del mal gusto generalizado, o incluso como una sistemática y rentable manipulación a gran escala de un sector de la industria mediática o como la mera traslación al nivel de los medios actuales de algo que siempre ha formado parte de la interacción humana: el chisme y el cotilleo, el exhibicionismo y el *voyerismo*. Ocurre, con todo, que sus lógicas han acabado por contaminar —al menos en el medio televisivo— otros espacios que deberían verse libres de ello, como es el de la política. Del mismo modo que, como nos recordaron Benjamin y Adorno, el arte sufrió una lesión importante en su capacidad expresiva al someterse a los dictados de una sociedad plenamente comercializada, al devenir casi en pura mercancía, la política puede encontrarse hoy en una situación similar. Dado su escaso valor de entretenimiento o espectáculo, salvo en momentos de excepción, su presencia pública debe desenvolverse hoy en competencia con toda una industria dedicada a fomentar la «excitación» y el esparcimiento en una situación de permanente rivalidad por aumentar las cuotas de audiencia y, por tanto, los ingresos publicitarios. *La industria cultural*

El resultado es, o bien la creciente eliminación de los programas de debate político, o su reducción a las necesidades del nuevo lenguaje —en algunos casos con indudable éxito y acierto, como en el guiñol de Canal + o en *Caiga quien caiga*— o bien la menguante aparición de la política —sobre todo la internacional— en los noticiarios televisivos. Son los síntomas de eso que recibe el nombre de *infotainment*, *contracción de información y entretenimiento*. Por referir algo ya sabido: la política crece en interés cuanto más se regocija en el escándalo y vulnera o se aparta de las normas establecidas, lo pautado o, más recientemente, lo «políticamente correcto». El público es como el perro de Baudelaire, se siente más atraído por la porquería que por el perfume (Luhmann). La dependencia de la televisión pública de los ingresos comerciales no hace sino afianzar esta situación de oferta de una información política que se supone que es aquella que el público desea recibir.

A pesar de todo, el *sinóptico* es una imagen que encajaría realmente bien con los presupuestos de la democracia: la existencia de una mayoría que somete a «unos pocos», a la así llamada clase política, a un escrutinio permanente a través del reflejo de su actuación en los medios de comunicación. Como señala Bauman, estos deberían funcionar también como un nuevo *ágora*, como el espacio en el que establecer la intersección entre intereses e inquietudes privadas y cuestiones públicas, donde ambas esferas pudieran proyectarse y retroalimentarse sin cesar. Este espacio existe, sin duda, en la prensa escrita y en la radio, pero está por ver si es auténtica-

ente accesible para la mayoría de las personas y si de ahí podemos acceder a una auténtica discusión racional.

3 La subversión del «mejor argumento»: la banalización del discurso público

Como veíamos arriba, otro de los presupuestos que han de facilitar el desarrollo de las prácticas deliberativas era la imprescindible existencia también de un trasfondo normativo compartido que nos predisponga a dejarnos guiar por el «mejor argumento». Aun sin cuestionar la existencia de una esfera o espacio público de libre interacción —que es mucho presuponer—, nada nos garantiza que sus participantes se dejen llevar por los criterios de una racionalidad comunicativa mínima. Y aquí nos enfrentamos a dos tipos de problemas: el primero (i) tiene que ver con ciertas predisposiciones de los procesos de comunicación y las dinámicas de los medios, que hacen muy difícil ya sólo acceder a determinados consensos, sino a un mínimo debate racional; el segundo (ii) afecta ya a una cuestión más difícil de evaluar como el propio pluralismo cultural interno de todas las sociedades avanzadas, e impide decidir «racionalmente» sobre determinadas cuestiones normativas o de tipo evaluativo que se sostienen sobre premisas «culturalistas» o identitarias y, por tanto, se resisten a someterse a la «prueba de la racionalidad». La afirmación de un trato diferenciado a determinados grupos por razón de sus creencias religiosas u otros rasgos culturales propios, por ejemplo. Esta cuestión nos introduce ya, sin embargo, en el espinoso debate sobre la «razón pública» (Rawls) que aquí sólo podremos tocar de pasada.

(i) En una sociedad democrática desarrollada y compleja es difícil que haya un espacio para un sensato y detenido debate racional sobre temas políticos. Los medios de calidad cuidan además la presentación de opiniones plurales y están atentos a los distintos cambios y amenazas que se producen en la vida política. Que con eso sean capaces de compensar el poder de los tabloides, el amarillismo y la casi generalizada banalidad televisiva es otra cuestión. De ser cierta la hipótesis de trabajo de Giovanni Sartori (1998), un eventual triunfo del *homo videns* —alfabetizado mediante la *agen* y con la consiguiente pérdida de capacidad para el razonamiento *stracto*— significará también el lento fin de la seria reflexión política y despedida de una ciudadanía competente. Es una queja compartida por Bourdieu (1998) en sus análisis sobre la televisión, a la que imputa una incapacidad para comunicar ideas y ofrecer poco más que *fast-thinkers* o «omida basura» intelectual. O por el propio Sloterdijk (2000), que aventura el fin del «espacio público lector», del discurso humanístico educado y culto, engullido por la sociedad de consumo de masas y una información banalizada.

Sí es cierto que, al igual que se va reduciendo la programación política en la televisión, buena parte de la prensa va incorporando poco a poco artículos más pequeños, más esquemáticos, más lineales, menos complejos. Pero esta situación no es necesariamente apocalíptica. A pesar de todos los pesares, pocas veces ha habido una ciudadanía más informada, al menos en términos puramente numéricos y respecto de las cuestiones fundamentales. Las quejas de algunos intelectuales sobre la devaluación de la democracia y los bajos niveles del debate político son explicables porque están guiados por un sano afán perfeccionista y porque ven amenazados esos pocos oasis que quedan en los que sigue cultivándose un discurso político de altura. Lo que no suelen tener en cuenta, sin embargo, y éste creo que es el punto decisivo, es que en nuestra sociedad la política ha dejado ya de ocupar el centro indiscutible de la atención informativa porque su mismo lugar dentro del sistema social se está desplazando. Algo que se corresponde con el propio proceso de diferenciación social, el dominio de la economía y la cultura del entretenimiento, pero también con la percepción de que aquello que allí acontece no tiene una relación inmediata con la vida cotidiana —salvo, como es obvio, cuando algún interés propio específico se ve amenazado. La persecución informativa diaria de la vida política institucional suele seguir además las mismas rutinas, con los mismos personajes y los conocidos rituales. Sólo cuando asoma el perro de Baudelaire con alguna noticia de alcoba o el último escándalo de corrupción vuelve a captarse la atención, o cuando nos quedamos bloqueados en Barajas u ocurre algo verdaderamente excepcional.

A esta dramática imagen puede contraponerse, sin embargo, y en la línea de Habermas, la reciente revitalización de la sociedad civil a través de los nuevos movimientos sociales, ONG, etc., así como la aparición de nuevos foros de discusión y debate en Internet, que no sólo sirve para crear «espacios públicos parciales». Es todavía pronto para evaluar el potencial comunicativo y «deliberativo» de este hallazgo tecnológico, pero ya ha demostrado ser un potente sensor de inquietudes sociales y ha facilitado enormemente la «democratización» de la comunicación y el activismo en una multiplicidad de empresas políticas; sin olvidar su increíble capacidad para expandir y facilitar la información. Curiosamente es esta misma libertad y la gran cantidad de «ruido» que por él circula —la ausencia de *gate-keepers*— lo que impide que cobre una mayor importancia para su uso regular en los procesos de comunicación política. En todo caso, ésta es una cuestión que habremos de dejar abierta.

Otro problema es ya el de evaluar hasta qué punto hay, en efecto, una predisposición explícita a buscar *consensos* y un diálogo efectivamente racional. Es bien conocido que las discusiones públicas casi nunca siguen la lógica del mutuo entendimiento entre quienes en ellas participan. Entre otras razones, porque la escenificación del debate político suele favorecer que cada uno de los participantes se dirija directamente al «público» más

interlocutor. Y, como señala Luhmann, los medios, más que perseguidores de la verdad, propenden a buscar «lo nuevo», lo novedoso que introduce diferencia con respecto a lo «ya conocido», y tratan de mantener viva la atención. Hay, pues, un incentivo «sistémico» a fomentar el debate y la controversia abierta más que el diálogo puramente racional. A parte, gran número de actores políticos y sociales no buscan provocar una evaluación general del público, sino única y exclusivamente la de los sectores sociales o grupos de opinión con los que se sienten identificados o creen representar. Para ello en muchos casos basta con resistirse a las críticas conocidas, con dramatizar o emitir declaraciones meramente expresivas. La argumentación racional en la que una de las partes esté predispuesta a «ceder» ante el mejor argumento es la excepción. Pero a todo, y por mucho que el código gobierno/oposición promueva el consenso, de ello no hay por qué deducir que no partan de determinados consensos ni que la escenificación del disenso no contribuya a una percepción más racional de la realidad. El consenso de fondo suele provenir, simplemente, de un civilizado empleo de la permanente colisión de opiniones como forma de vida. De hecho, la mayor parte de los últimos cambios en nuestra concepción del mundo o en nuestros valores (respecto al rol de la mujer, sobre cómo enfrentarnos a los problemas ambientales, sobre el resultado de fuertes enfrentamientos que acaban dejando un acuerdo general básico sobre aquéllos.

La otra cuestión, los límites a la búsqueda de debates o discusiones abiertas entre grupos culturales o identitarios distintos (por ejemplo respecto a costumbres o valores propios de minorías de inmigrantes) ya crea problemas más específicos. Lo importante aquí sería el ser capaces de separar lo que requiere la validación de normas o valores morales propiamente dichos de lo que debería ser una justificación política de normas. Hoy no cabe ninguna duda de que no es posible acceder a una fuente ética común para la ciudadanía por mucho que abramos el espacio público a amplios debates a este respecto. Lo que sí habría que intentar, sin embargo, en línea con la sugerencia de John Rawls sobre los requerimientos de la razón pública, es una justificación política a partir de nociones compartidas de imparcialidad y equidad; no sobre valores sustantivos. Penetrar en este problema nos lleva a problemas más específicos que exceden con mucho las pretensiones de este texto. Basta señalar, como sugiere Habermas, que sobre el trasfondo de una democracia activa se favorecen más eficazmente las reclamaciones de «reconocimiento» de estos grupos minoritarios que en otras sociedades autoritarias.

2.4 Las distorsiones de la opinión pública

Con todo, el problema de la discusión racional o el debate de ideas y la persecución pública de la «razón» sólo cobra sentido si efectivamente existe una opinión pública capaz de adquirir autonomía respecto de una «opinión publicada» y de entrar en una particular relación con ella. ¿Cómo se objetiva eso que el público «piensa» y opina? Podemos presentar al menos cuatro respuestas diferentes: la primera sostiene que la opinión pública es una mera ficción que sirve para encubrir intereses concretos, como cuando se apela a ella como justificación de determinadas políticas, decisiones o conductas: la opinión pública como *ideología* (Bourdieu, 2000); luego estaría la ya expuesta versión habermasiana, que mantiene su prístino sentido ilustrado, como *locus* de la conciencia crítica de la sociedad e imprescindible alimento de las prácticas democráticas; en tercer lugar nos encontramos con la visión estadística y cuantificadora: la opinión pública existe, porque puede ser «objetivada» mediante encuestas, se manifiesta en los procesos electorales y se le puede medir el pulso y perseguir sus diferentes estados de ánimo; por último estamos ante la concepción más cínica y pragmática, que detectamos en Luhmann. Para este autor, opinión pública es lo que va quedando por la acción de los medios de comunicación (2000: 309) y sólo puede plasmarse en ellos. Sería así lo «visible invisible», como Dios, y su función política más importante reside en hacer de espejo ante el cual el político puede ver cómo se refleja su imagen y la de sus adversarios. Permite, pues, que el sistema político acceda a una observación de sí mismo desde fuera de sí mismo y actúe en consecuencia. En este sentido, cumple la misma función que la tradición en las sociedades anteriores: ofrecer una serie de pautas a las que hay que conformarse (1990).

Todas estas concepciones parecen llevar algo de razón, aunque no quepa afirmar —sin caer en el principio de no contradicción— que la opinión pública existe y no existe a la vez *con independencia* de los medios de comunicación⁶. Con todo, puede que en esta paradoja anide su auténtico ser. La única salida para escapar de este atolladero y enlazar con el tema más general de este trabajo es recurrir al concepto de «democracia de audiencia» de Bernard Manin (1998, último cap.). Muy resumida, la tesis del politólogo francés consiste en afirmar —en la línea que estamos defendiendo— que la sociedad mediática ha introducido un cambio cualitativo en la concepción de la democracia similar a aquél que supuso el tránsito de la democracia parlamentaria a la democracia de partidos. Aunque siguen sobreviviendo, el lugar central que en este último modelo competía a los partidos políticos es ocupado ahora por los medios de comunicación. Esto se manifestaría en la autonomía de los medios con respecto a los intereses y la organización del sistema de partidos, pero sobre todo en la adecuación forzosa del discurso y las prácticas de los actores políticos a los requerimientos formales impuestos por la lógica mediática: personalización de la política, importancia de la

imagen y de los términos en que es presentada la oferta electoral, claridad y brevedad de las propuestas, búsqueda de elementos diferenciadores respecto del adversario, etc.

Como en el espejo luhmanniano —o en el de la madrastra de Blancanieves, por cierto— aquí también se trata de ver cómo éste nos devuelve nuestra imagen —y la del contrario. Y en la línea propugnada por el modelo «estadístico», esta imagen suele acabar codificada en las cifras de las encuestas. No es una imagen de interacción discursiva, sino de «opiniones» agregadas que trasladan la lógica del *marketing* al «mercado» político. Ahí, más que en los discursos racionales habermasianos, es donde de verdad parece posarse el dechado de la opinión pública y, al parecer, hasta el espíritu objetivo de nuestra época.

La gran ventaja de las encuestas, volviendo a Manin, es que permiten disminuir los costes de la autoexpresión individual, dan voz a los «apáticos» y facilitan la expresión pacífica de la opinión pública; es decir, suplen la necesidad de acudir a otras formas de testimonio o simbolización del activismo político (manifestaciones, etc.). Desde la perspectiva de los ciudadanos, entonces, la política democrática es una especie de gran espectáculo que *representan* los políticos en el escenario de los medios de comunicación. Ellos son la «audiencia» —de nuevo el *voyeur*. Pero una audiencia que es capaz de participar en la acción e incluso alterar su trama, si bien de forma indirecta y virtual: mediante su transmutación en encuestas. El caso Lewinsky supuso una sorprendente verificación de este esquema, con un añadido: cuando los ciudadanos/espectadores virtuales, que no dejaron de estar presentes en el escenario y condicionaron decisivamente el guión, fueron llamados muy poco después a convertirse en ciudadanos reales y a votar en las legislativas, se abstuvo casi un setenta por ciento.

3. Conclusión

Las distorsiones que interfieren en los procesos de comunicación pública nos permiten aventurar que estamos aún lejos de los requerimientos mínimos del espacio público presupuestos por las teorías de la democracia deliberativa. Hemos aportado también algunas de las dificultades derivadas de la complejidad de la comunicación en un mundo prácticamente sujeto a una nueva lógica mediática, que no es precisamente hospitalaria para el desarrollo de una auténtica esfera de deliberación pública. Pero esto no equivale a afirmar que no existan en nuestras democracias las suficientes prácticas deliberativas o la posibilidad de justificar posturas enfrentadas o la necesaria información para desarrollar un juicio político maduro. O que los mecanismos de los que ya disponemos no puedan hacerse fructificar en otros más eficaces. Puede que hoy predomine la figura del «ciudadano reactivo» más que la del «ciudadano deliberativo o participativo»; pero estos últimos

no tienen por qué verse como una mera creación de teorías académicas ideales. Están ahí también, en la misma práctica política. Con todo, lo que aquí importaba no era ya tanto abogar a favor de la necesaria plasmación de este tipo de ciudadanía comprometida, cuanto mostrar las dificultades con las que se enfrenta en nuestras democracias «reales» y subrayar la importancia de la competencia ciudadana en el desarrollo de la comunicación política.

Notas

- 1 El libro de Lippmann que puso en guardia a Dewey fue *The Phantom Public*, Nueva York, Harcourt, Brace & Co., 1925. Y la réplica de este último puede encontrarse en *Philosophy and Democracy*, contenido en *John Dewey: The Later Works 1925-1953*, vol. 2, J. A. Boydston (ed.), Carbondale (IL.), Southern Illinois University Press, 1982.
- 2 Un buen ejemplo de estos últimos nos lo encontramos en Joshua Cohen (1997).
- 3 Esto a veces ha resultado ser un perjuicio: últimamente abundan las denuncias de reportajes falsos que han sido detectados por los medios en que aparecieron.
- 4 Respecto a la abundante literatura sobre la función que a este respecto cumplen los intelectuales y los líderes de opinión, véase P. Bourdieu (1994).
- 5 En alemán, curiosidad es *Neugier*: literalmente, «avidez de lo nuevo».
- 6 Como ya hemos visto, Internet nos ha demostrado que es posible una comunicación más allá de los *media*, aunque difícilmente podríamos calificarla de «pública» por mucho que sirva para facilitar movilizaciones políticas puntuales.

Bibliografía

- Bauman, Z. (1999): *In Search of Politics*, Cambridge, Polity Press (trad. cast. *En busca de la política*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001).
- Bourdieu, P. (1998): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- (2000): *Cuestiones de sociología*, Madrid, Istmo.
- Habermas, J. (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Neuwied, Luchterhand. Reedición con una nueva introducción en Francfort, Suhrkamp, 1990 (trad. cast. *Historia y crítica de la opinión pública*, México, Gustavo Gili, 1988).
- (1974): *Theorie und Praxis*, Frankfurt, Suhrkamp, 2ª ed. (trad. cast. en Madrid, Tecnos, 1987).
- Luhmann, N. (1990): «Gesellschaftliche Komplexität und Öffentliche Meinung», en *Soziologische Aufklärung 5*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 99-115.
- (1996): *Die Realität der Massenmedien*, Opladen, Westdeutscher Verlag (Trad. en Anthropos, 2001).
- (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, 2 vols., Francfort, Suhrkamp.
- (2000): *Die Politik der Gesellschaft*, Francfort, Suhrkamp.
- Manin, B. (1998): *Principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza.
- Sartori, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- Sloterdijk, P. (2000): *Normas para el parque humano*, Madrid, Siruela.