

Lo *massmediático* y las sociedades contemporáneas. Un acercamiento a la relación medios-democracia

YSABEL CRISTINA BRICEÑO ROMERO*

Resumen

En el siguiente trabajo se establece una relación teórica entre la comprensión de los medios de comunicación social y la democracia, haciéndose revisión histórica de elementos claves como la conformación del espacio público, la relación entre gobernantes y gobernados y espacios de mediación entre Estado y Sociedad Civil, principalmente para avanzar en la reflexión de las tendencias ocurridas a finales del siglo XX.

Los aportes aspirados de una investigación mucho más amplia (siendo las consideraciones que acá se plantean, sólo una parte de ella) estuvieron dirigidos a comprender que la presión generada a finales del siglo XX entre Estado y Sociedad trastoca el hábito pasivo del término ciudadanía, originando espacios para los cuales caben nuevos aprendizajes, entre ellos el cambio de la relación unilateral que hasta ahora se ha planteado en la construcción de la agenda periodística, cuya antigüedad no le debe conceder el mérito de permanecer inalterable frente a las nuevas exigencias.

PALABRAS CLAVE: democracia, medios, massmediático, espacio público, Estado-Sociedad.

Abstract

The following work established a theoretical relationship between the means of social communication and democracy, thus producing an historic revision of such key elements as the constitution of public domain, the relationship between leaders and those governed, and the mediating spaces between State and Civil Society; principally, in order to advance the study of occurred trends at the end of the 20th century.

The expected contributions of a much larger study (the considerations presented here being only a small part of such) were directed to under-

* FUNDACITE-Mérida, Venezuela. E-mail: ysabelbr@hotmail.com

stand that the pressure generated at the end of the 20th century between State and Society disrupts the former customs citizenship creating spaces for new learning including the change of the unilateral relationship that until now was planted in the construction of a journalistic agenda, whose antiquity shouldn't concede the merit of remaining unalterable in the face of new demands.

KEY WORDS: democracy, massmedia, public domain, State-Civil Society.

Introducción

UNO DE LOS ASPECTOS A CONSIDERAR EN LAS REFLEXIONES actuales sobre la democracia es que la discusión pública cotidiana culmina el siglo XX con una fuerte tendencia de inclusión de los medios de comunicación social¹ como actores (¿políticos?) en el proceso democrático. Los *medios*, al intervenir activamente en la priorización de temas y valoraciones en la discusión diaria, son objeto de reflexión en torno a su relación con el proceso de constitución de hábitos mentales que han venido configurando la manera de entender hoy día las reglas del juego en la práctica política y, en consecuencia, la democracia.

Estimulados por esta preocupación, nos hemos propuesto revisar la relación medios-democracia, principalmente a partir de las prioridades que desde la agenda periodística establecen una representación mediática asociada a los asuntos de Estado y su relación con los distintos actores sociales. Así pretendemos avanzar en el desarrollo de premisas que sugieren una comprensión de la democracia desde la implicación *massmediática*². Sumándonos a su vez a entender el enfrentamiento cotidiano de valoraciones simbólicas que hacen de la democracia, como lo afirma Sartori, el término político clave que se presta con mayor facilidad a la controversia de su interpretación.

Robert Dahl expresa: "...el mismo hecho de que la democracia posea una historia tan dilatada, ha contribuido a la confusión y al desacuerdo, pues `democracia` ha significado muchas cosas distintas para gente diferente en diversas épocas y lugares" (1999). La democracia, culmina Dahl, "es un tanto incierta".

Así, se ha llegado a hablar de "grados" de democracia, dándole paso a un concepto amplio, en el que, más allá de su aplicación real, ha tenido gran peso la disposición de los colectivos a interpretarlo como válido. Y cuando hablamos de interpretación, acudimos a ese "significado" de muchas cosas

del que habla Dahl, cuyo referente principal depende de una socialización de hábitos que valorizan (cada sociedad y época a su manera) la figura de Estado y Sociedad Civil.

En su recorrido como propuesta conceptual por la historia de la Humanidad, la democracia ha estado asociada a categorías de pensamiento como libertad, participación e igualdad. Principalmente en la historia del siglo XX, estas categorías se han debatido en grandes dicotomías que al cerrar el siglo, se agotan o reproponen: mayor o menor Estado; colectivismo o individualismo, entre otros.

Por su lado, los *medios*, tras una ocupación inversamente proporcional a la de los partidos políticos a finales del siglo XX, obtuvieron un sitio importante en el espacio de credibilidad del colectivo, que no debe soslayarse en los últimos estudios de la democracia, por más contracorriente que se le vea frente a las teorías clásicas. Al incidir éstos en ese espacio de mediación entre gobernantes y gobernados y en la construcción de la racionalidad en torno a lo público, cambian considerablemente las condiciones de la democracia, ofreciendo cuadros complejos sobre los cuales autores como Vallespín (2000), Dahl (1999) y Bobbio (1992), desde la Ciencia Política han abordado prudentemente.

Entendida la democracia dentro de mecanismos de interacción colectiva que involucran la construcción permanente de significaciones y sentidos, es decir, como una “elaboración social” que permanece en un tiempo determinado, podemos definirla como un objeto de Representación Social, en el que se involucran elementos que refuerzan valores y creencias.

Esta perspectiva pretende ubicar la explicación del pensamiento social, a partir de posturas como las siguientes: “...la actividad mental que está al origen de la representación social permite a un conjunto social apropiarse de la realidad, a partir de un trabajo de construcción y reconstrucción destinado a volverla significativa, pero siempre en sintonía con el sistema de juicios y evaluaciones que le es propio, dependiente de la historia del grupo y del contexto social...” (Calonge, 2001, p. 18). Con ello, hacemos una revisión de *la democracia como objeto social* derivado en una representación simbólica del día a día, en la que los *medios* inciden de acuerdo a su forma de actuar, generada por presiones distintas.

Un acercamiento a la comprensión de los medios: historia y naturaleza

Para definir la discusión de algunas prácticas comunicativas en la democracia contemporánea, abordaremos previamente tres espacios de discusión, centrados principalmente en la aparición y desarrollo de los *medios*: A. presiones sobre los *medios*; B. funciones de los *medios*; y C. oferta discursiva de los *medios*.

A. Presiones sobre los *medios*

La participación de los *medios* en la sociedad del siglo XX, y la manera de incidir en la socialización de códigos democráticos no es desde sus inicios la misma. Ésta ha dependido de cambios y posibilidades internas y externas a su estructura, las cuales condicionaron –y condicionan– su desarrollo. McQuail (2.000), en un enfoque sistémico, nos presenta tres áreas de influencia, solapadas entre sí, que presionan la actuación de los medios e influyen en las denominadas “instrucciones mediáticas”: la economía, la política y la tecnología.

Visto así, podemos visualizar estos tres ámbitos de presión para la configuración de las modalidades de incidencia de los *medios* en la sociedad a finales del siglo XX:

- Lo económico: la economía se vio expandida hacia las grandes concentraciones de recursos, lo cual permitió alianzas multinacionales en la constitución de empresas mediáticas; paralelamente, los esfuerzos pequeños por erigir modalidades mediáticas se vieron afectados por difíciles situaciones financieras.
- Lo político: la política experimentó serios contratiempos en torno a sus representantes tradicionales expresados en organizaciones de partidos; el colectivo se alejó de los discursos tradicionales.
- Lo tecnológico: la tecnología manifestó adelantos cuantiosos que beneficiaron las posibilidades estéticas y visuales de transmisión del mensaje mediático, principalmente en el formato audiovisual.

La aparición y desarrollo de la prensa, radio y televisión y su incidencia en las sociedades (occidentales, principalmente) del siglo XX, bajo los factores de presión ya citados, ayudaron a modelar el paso de las sociedades tradicionales a sociedades contemporáneas, con el uso de complejos dispositivos de comunicación. En esta transición, la incidencia de los *medios* en la sociedad,

directamente relacionada con la constitución de estilos de vida fue generando modalidades en el manejo de la información a partir de construcciones narrativas cotidianas que incidieron en la legitimación de nuevas formas de conocer y en la conformación del espacio público.

Vale la pena reconocer que las técnicas expansivas de la información dieron lugar a unos modelos de comunicación social definidos por la aparición de *medios* que formaron parte de la construcción de algunos ejes acción-recepción entre el Estado y el colectivo.

En este sentido, podemos seguir algunas fases dominantes de comunicación, principalmente definidos por la aparición de algunos *medios* en la historia de la democracia occidental, entrelazados con distintos ámbitos del entorno. Siguiendo a Bernard Miege (1998), encontramos las siguientes fases históricas, complementadas en este caso en su contexto, para nuestros fines:

- *Aparición de la Prensa de Opinión en Europa y Estados Unidos, en el siglo XVIII.* En el que el `intercambio de opinión` podría haber permanecido a partir de discursos argumentativos en los que predominada `la razón`, influenciados por una postura filosófica establecida por el proyecto de la Ilustración que logra permanecer casi intacto desde el siglo XVI, con un manejo de la información por parte de la burguesía naciente, en contraste con una población más general que no posee aún las herramientas, sino para enfrentarse al denominado conocimiento popular, de transmisión oral. La “opinión pública”, en este caso, es asociada a un proceso de construcción “razonado e ilustrado”.
- *Aparición de la Prensa Comercial en el siglo XIX.* Nuevos métodos de producción y distribución incrementan la capacidad productiva de la industria del periódico y preparan el camino para la transformación de los periódicos y otras organizaciones mediáticas en empresas comerciales a gran escala. Para Thompson: “el desarrollo desinhibido (en Estados Unidos) de una organización capitalista introdujo las reglas de la competencia interempresarial con mucha mayor crudeza que en Europa, y este factor azuzó la necesidad de estabilizar audiencias y de encontrar nuevos recursos expresivos” (1998, p.131).
- *Aparición de medios audiovisuales en el siglo XX.* Con la construcción de una lógica distractora y de “show”, con una población creciente y alfabetizada en gran parte; el lenguaje del sonido y la imagen se imponen con la presencia de la radio, el cine y la televisión. Surgen técnicas de manipulación y propaganda en un siglo que se enfrenta a dos guerras mundiales y que termina dividido en dos polos: capitalista y comunista.

A finales del siglo XX se desmonta el esquema de la Guerra Fría y crecen conglomerados de comunicación transnacional, así como también aumenta el comercio global en productos de información y comunicación. Se impone un marco “mediático” gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a un “público” los múltiples aspectos de la vida social.

- *Comunicación generalizada*. Definido por Miège como la fase del siglo XX en la que “los Estados, las grandes empresas y aun las menos grandes y poco a poco todas las organizaciones sociales... se apoderan de las técnicas de gestión de lo social y de las técnicas de la comunicación y desarrollan estrategias de comunicación cada vez más desarrolladas”.

Debemos reconocer que no en todos los países las tendencias fueron exactamente progresivas en este sentido, o, al menos, en muchos de los casos pudieron surgir fases que se solaparon con prácticas anteriores durante un período bastante largo. Pero creemos que esta distinción de los modelos de comunicación ha ido acumulando, sí progresivamente, ciertos efectos cognitivos que diferencian las sociedades de cada siglo, soportadas cada vez más en la construcción de sistemas de dominios de la información en torno a los cuales se erigen entramados de necesidades económicas, de profesionalización, tecnológicas y asuntos asociados al poder.

B. Funciones de los medios

El origen de la prensa, la radio y la televisión les concede papeles distintos en la historia social; el desarrollo de factores como los planteados anteriormente, fueron presionando a los medios a cumplir determinadas funciones, de acuerdo a distintos períodos históricos.

Para comprender la incidencia de los *medios* en la sociedad, es necesario tomar en cuenta sus funciones naturales, las cuales, al solaparse con funciones forzadas por los ámbitos externos mencionados, podrían dejar en éstos una ambigüedad poco comprendida³.

Siguiendo a Jesús María Aguirre: “hay que circunscribir a los medios en sus funciones como mediadores de la sociedad, como gratificadores de la sociedad y como mediadores del mercado” (citado por Bisbal, 1999, p.119).

La prensa, por ejemplo, con antecedentes de formatos facilitados por el origen de la imprenta, logra emerger en un momento histórico que, desde Europa y Estados Unidos conjugaban energías para limitar los excesos de un Estado que se mostraba autoritario; su presencia inicial en la sociedad for-

tales lo que se conoció como debate público y fue trascendente al estimular una opinión pública deliberativa asociada al origen de la clase burguesa (Habermas, 1994).

Esta *función política* con la que se da a conocer el periodismo impreso desde sus inicios, tiene sentido en un marco de construcción de la crítica hacia los excesos del Estado, como lo plantea Miège: “a partir de mediados del siglo XVIII la oposición de los gobiernos de la mayor parte de los estados monárquicos no impide que aparezca este tipo de prensa, a menudo de manera irregular y con las dificultades técnicas, políticas y económicas... el acento de los escritos es a menudo polémico, con una violencia de términos y de críticas que ya no volvemos a encontrar desde hace mucho tiempo en los diarios y revistas contemporáneos” (1998, p.46).

Muchos años más tarde (siglo XIX), el estímulo de la denominada prensa comercial le concede al periodismo impreso *funciones de mercado*, al formar parte del juego de oferta y demanda de servicios en las sociedades capitalistas. Aunque no deja por completo la crítica, el fortalecimiento de las industrias mediáticas obliga al periodismo impreso a aprender a conciliar los términos de mercado del negocio informativo con los planteamientos éticos derivados de la naturaleza social de su producto.

Por su parte, la radio y la televisión son medios que se originan amparados en adelantos tecnológicos⁴. Su presencia en los inicios pareciera no responder directamente a otra necesidad social que la del afán por avanzar en los asuntos de aplicación de herramientas facilitadas por el conocimiento tecnológico, principalmente como estrategia en las guerras mundiales. En la medida en que fueron ocupando espacio importante en los distintos hogares del mundo, obligaron el levantamiento de teorías que justificaran la naturaleza de su incidencia en el colectivo.

En sus funciones naturales, ambos medios tienen un antecedente audiovisual que los marcaría desde sus inicios: el cine, formato sobre el cual recae la responsabilidad de inaugurar propuestas narrativas de ficción amparadas en esquemas mentales previos y estereotipos propios de un período de crisis mundial. Los dispositivos tecnológicos que facilitaron la aparición de la radio y la televisión emergen, pues, en períodos de guerra y depresión económica, momentos a los que se les adjudica la necesidad de esparcimiento y construcción de espacios de ocio para la sociedad.

El origen de esta *función gratificadora* es explicado por Vásquez: “fueron los norteamericanos los que crearon y exportaron la faceta divertida de los *mass media*, su poder de no sólo informar o adoctrinar, sino también de

polarizar la necesidad de evasión del público... bajo el lenguaje de la diversión igual avanza el de la persuasión y con su estímulo igual se producen descargas emocionales que subliman o compensan amplias frustraciones individuales y colectivas” (1997, p.185).

Pero, igualmente, la industria audiovisual fue haciéndose cada vez más compleja y atractiva, alimentándose así progresivamente de las *funciones de mercado* inherentes a su condición.

Más adelante, en las últimas décadas del siglo XX, en medio de sorprendentes adelantos tecnológicos, la aparición de canales televisivos y emisoras radiofónicas dedicadas al periodismo facilita un trabajo informativo conjunto con los medios impresos, pero sus estilos narrativos no se desarraigan en ningún momento de las *funciones distractoras*, proponiendo más bien, principalmente desde la televisión, guiones periodísticos impregnados de ficción, dramatización y naturalización de situaciones extrañas e impactantes, aplicadas al contexto noticioso⁵.

Esta situación podría ser el marco inicial de un solapamiento de funciones en las que el periodismo queda inmerso en situaciones contradictorias acerca del tratamiento de la información, principalmente la que aborda asuntos concernientes a la interrelación de actores políticos que día a día discuten sobre temas relacionados con el Estado.

Coincide con esta tendencia, a finales del siglo XX, que distintas experiencias democráticas asistan al debilitamiento de instituciones públicas y a la falta de credibilidad, por parte del colectivo, en las organizaciones partidistas, retomando un interés particular por parte de los medios en ejercer *funciones políticas* que aspiran quizás sustituir la ausencia de actores políticos tradicionales en una institucionalidad en crisis.

Pero son éstas, funciones para las cuales no están preparados los *medios*, luego de haber transitado por las otras funciones. Arisó sostiene al respecto: “la ampliación excesiva y difusa de la esfera pública está relacionada con el crecimiento mediático. La notoriedad pública –que funciona como un capital simbólico– engarza en el concepto de publicidad representativa, otorgando prestigio y legitimidad enunciativa a quien posee este capital simbólico. Pero hay que tener en cuenta también que la presencia reiterada en los medios cuya estructura de géneros está regida por el *infoteinment* también banaliza, y en ese proceso de búsqueda de la información-entretenimiento la democracia puede sufrir peligros extremos” (2000, p.2).

Autores como Borrat defienden la naturaleza política de los medios actualmente. Refiriéndose más a la prensa, este catedrático periodista afirma que

“la configuración histórica de los Estados occidentales ha hecho del periódico independiente de información general un actor político de existencia necesaria en todo sistema democrático” (1989, p.11). Pero asimismo, Borrat, como es comprensible, no deja de admitir la naturaleza económica del producto noticioso elaborado en los periódicos, en los siguientes términos: “La actualidad periodística...es producto final de un proceso que la construye para darle vigencia en el mercado durante un período que empieza con su puesta en venta en los quioscos y termina con su sustitución por el temario siguiente” (1989, p. 39).

Esta presunción política que se le adjudica a los *medios*, conjuntamente con el criterio clásico de elaboración de un producto mercantilista es la que a finales del siglo XX deja en un ambiente contradictorio la manera de construir el debate público, lo que para Gingras estimula a la siguiente reflexión: “el papel considerado cada vez más activo que cumplen los medios en la vida política introduce o reintroduce una serie de interrogantes sobre el sentido de la política” (1998, p. 31).

Se trata, en todo caso, de revisar las prácticas políticas en democracias con contextos *massmediáticos*, en los que se han erigido también prácticas comunicativas escasamente previstas por la reflexión en la Ciencia Política, tomando en cuenta que se detecta una condición alrededor de la cual vale la pena reflexionar: los *medios* han ofrecido una dinámica tal que en la cotidianeidad fragmenta y genera una simbología de corto plazo, de acuerdo a la lógica establecida desde hace más de un siglo en la oferta mediática. Esta condición genera paradójicamente a finales del siglo XX aspectos de tensión entre lo que sugiere –y exige– la democracia y lo que sugieren –y se les exige– a los medios.

Nuevas formas de construir el espacio público

Finalmente, hacer una revisión de la naturaleza del espacio público, opuesto al espacio privado, en los cambios generados a partir de los *medios* nos parece necesario, en tanto que lo consideramos indicador importante en la relación clásica entre Estado y Sociedad Civil y en la determinación de aquellos componentes que inciden en el aspecto comunicacional en distintos contextos de la democracia.

En este sentido, podemos observar que “lo público” ha adquirido distintas significaciones a través de la historia, como bien lo señala Thompson:

“en la medida en que las viejas instituciones cambiaban y empezaban a aparecer otras nuevas, los términos “público” y “privado” se utilizaron de nuevas maneras y, en cierta medida, fueron redefinidos por los cambios en el dominio de los objetos a los que se refería” (1998, p. 163).

Desde la Grecia Clásica hasta nuestros días, podemos apreciar los cambios que sobre lo público y lo privado se han gestado en su interpretación, los cuales consideramos como una consecuencia de presiones históricas erigidas a partir de la aparición de nuevas instituciones sociales que le fueron dando un sentido distinto a la presencia del Estado y su relación con el entorno. En la Grecia Clásica el espacio público es conformado por ciudadanos que se reúnen para discutir cuestiones de interés común que giraban en torno el Estado.

A partir del Siglo XVI, lo público empieza a asociarse a toda actividad o autoridad derivada del Estado. Emerge lo privado como aquellas esferas de la vida que quedan excluidas o separadas de éste. Inicia la separación clásica entre Estado y Sociedad Civil interpretada por Hegel como una esfera de individuos privados, organizaciones y clases reguladas por la ley civil y formalmente distintas a la ley del Estado.

La interpretación de la conformación del espacio público ha implicado la revisión de los orígenes de la opinión pública, a partir de lo que ha sido reconocido como “la institucionalidad de una crítica que empleaban los medios de la moral para reducir la dominación política” (Ferry, 1989, p.15).

Hasta acá, la comprensión el espacio público es, pues, inherente a la revisión de mecanismos de construcción simbólica que emergen acerca del Estado, por parte de quienes no pertenecen a él, pero reconocen una relación que es necesario controlar para atenuar las tendencias excesivas de poder surgidas desde la oficialidad.

Por otro lado, al revisar la conformación del espacio público, vemos que las modalidades tecnológicas aparecidas progresivamente en la historia de la humanidad han incidido significativamente en la naturaleza de aquél toda vez que amplían posibilidades de visibilidad sobre la toma de decisiones realizadas por representantes del Estado. En torno a la visibilidad, Thompson expresa:

Con el desarrollo del Estado Moderno, la invisibilidad del poder quedó limitada en varios aspectos. El gabinete secreto fue reemplazado o complementado por un conjunto de instituciones más abiertas y con mayor representatividad; las decisiones y asuntos

políticos importantes estaban sujetos al debate dentro de los cuerpos parlamentarios, y se concedían ciertos derechos básicos a los ciudadanos, en algunos casos formalmente reconocidos por la ley, lo que garantizaba, entre otras cosas, la libertad de expresión y asociación (1998, p.168).

La aparición de los partidos políticos contribuye a formalizar una mediación entre Estado y Sociedad Civil, cuyos espacios de comunicación se fueron expresando progresivamente de acuerdo a las posibilidades del contexto, desde el encuentro público en plazas y calles, pasando por las modalidades impresas facilitadas por la aparición de la imprenta, hasta llegar a la compleja construcción *massmediática* fortalecida por dispositivos tecnológicos audiovisuales. Así se fue construyendo una “manera de conocer” los asuntos vinculados a las tomas de decisiones inherentes al Estado y sus implicaciones en la sociedad civil, a partir de referencias que han exigido componentes comunicacionales, vinculando los derechos de ciudadanía a la necesidad de estar informado.

Para finales del siglo XIX y gran parte del siglo XX surge un ámbito de particular incidencia en la conformación del espacio público, a partir del cual también se generan diferencias con los períodos anteriores: al fortalecerse la propiedad privada en la lógica progresiva del mercado se adopta una relación entre el Estado y su entorno, marcada fuertemente por la economía, es decir, lo privado incluye ahora aquellas “organizaciones económicas que operan en el mercado económico y que están orientadas en cierta medida a la obtención de beneficios” (Thompson, 1998, p.165).

En los siglos XIX y XX se levantan complejas organizaciones económicas y surgen empresas de naturaleza estrictamente privadas, asociadas al manejo de la información y cuyo principal espacio de ganancias está garantizado a partir de la mercancía de las ideas, construidas día a día con referencias cotidianas que inauguraron estilos narrativos y empezaron a hacer del espacio público un lugar de intercambio entre la ficción y la realidad. Bajo esta condición empieza a ser inspirado el trabajo informativo de los *medios*, en el que la prensa se fortalece, aparece la radio, y luego la televisión, incidiendo sobre nuevas modalidades comunicativas y, en consecuencia, sobre la naturaleza de lo público.

Para Thompson (1998), la incidencia de la aparición y desarrollo progresivo de los medios de comunicación social en la conformación del espacio público, tiene varias explicaciones, pero nos quedaremos con dos de ellas que

llaman la atención en torno a la explicación de la democracia. La primera de ellas es la que este autor relaciona con “la propiedad pública tradicional de la co-presencia”, condición que es característica del espacio público, antes de la aparición de los *medios*, ante la necesidad de compartir un espacio común, cada vez que se participaba en la construcción simbólica de este espacio.

Esta relación directa de las personas con los hechos y con el aspecto conversacional, típica del espacio público previo a la dinámica *massmediática*, sugiere un modelo de comunicación llevado más por la necesidad de acudir a argumentos discursivos presionados por el intercambio cara a cara, condición que cambia progresivamente con la aparición de los medios y su utilización en la construcción simbólica de los hechos: “...con la ampliación de la disponibilidad ofrecida por los media, la propiedad pública de los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común. Una acción o acontecimiento puede ser hecho público a través de la grabación, y transmitida a otros que no están físicamente presentes en el tiempo y en el espacio en el que ocurre” (Thompson, 1998, p.169).

Esta disponibilidad de la que habla Thompson, acelerada en el siglo XX por los adelantos tecnológicos, construye paralelamente un entramado de necesidades en torno a la profesionalización de personas que manejen la información bajo las exigencias mediáticas que surgieron en escuelas europeas y norteamericanas.

Así se constituye un eje de acción-recepción sobre los asuntos del Estado, en el que gran parte de la sociedad recibe mensajes contruidos a partir de versiones de terceros y además bajo una modalidad cada vez más audiovisual. Esto, sin duda, significa un dominio por parte de empresas e individuos que se han ganado el aval para garantizar la continuidad de la visibilidad del Estado, cediendo, claro está, ante nuevas formas de comunicación que hoy día deben ser revisadas para reacomodar las expectativas en torno al juego democrático.

Esta manera contemporánea de construir el espacio público, pasa, siguiendo a Thompson, de ser una comunicación asociada a la comunicación interactiva, a una comunicación des-espacializada, dirigida a distintos sectores en contextos fragmentados, con distintos ámbitos de influencia, lo cual a su vez, hace más compleja la conformación de la opinión pública.

Otra de las características de las que habla Thompson, es la que se refiere a la forma en la que se construye la visibilidad del Estado, producida por medios de comunicación, cada vez de manera más frecuente a través de la televisión: “en las condiciones sociales y políticas del siglo XX, las políticas

de las sociedades liberales democráticas no tienen otra alternativa (sic) que la de someterse a la ley de la visibilidad compulsiva” (1998, p. 182).

Este tipo de construcción de la visibilidad de los asuntos del Estado, está estimulada por una dinámica *massmediática* inspirada en agendas rápidas e improvisadas, propias de antiguas normativas periodísticas que han unificado el manejo de la información en estilos similares, sin diferenciar los objetos referenciales construidos⁶.

Lo anterior nos obliga a considerar que la construcción actual del espacio público pareciera responder más a las necesidades de gestión de empresas de información, que a la condición mediadora, de entendimiento y dilucidación de diferencias a partir de la constitución de ideas, necesaria entre una estructura de Estado y la sociedad que lo rodea. En este sentido podemos asistir a tal peso de la *massmediación*, que la amenaza ante los excesos de poder pudiera estar siendo compartida hoy día entre la estructura de Estado y la estructura de los *medios*⁷.

Consideramos importante resaltar que la lógica liberal con la que se levantó la necesidad de limitar los excesos de un Estado (autoritario) para avalar la necesidad en las democracias contemporáneas de libertad de expresión, ha cambiado lo suficiente como para replantearse las limitaciones de ésta en un contexto contemporáneo. Ortega y Humanes expresan: “Frente al soberano tradicional (el del Estado-Nación), el poder mediático se configura como un nuevo tipo de “soberano” que en parte disuelve el esquema clásico de la separación y equilibrio de poderes, al concentrarlos todos en uno y al erigirse además en alternativa (al menos simbólica) a cada uno de ellos” (2000, p.84).

La naturaleza privada de los medios compite fuertemente con la naturaleza de su producto, en nombre del cual se pretende fortalecer bondades asociadas con la libertad de expresión, disputándose la presión hacia la toma de decisiones públicas con la obtención de beneficios privados.

Pero la naturaleza privada de los medios es sólo una condición, creemos que fácil de regular si se discuten con sensatez los aportes y desventajas en su relación con el Estado. Paralelamente a esta condición, que no debe soslayarse en ninguna discusión sobre los *medios*, creemos que hay que detenerse en la lógica informativa que se ha constituido y legitimado y se sigue amparando en las Escuelas que forman comunicadores sociales, inspirándose en pautas que surgieron a inicios del siglo XX y en unas condiciones geopolíticas, económicas, sociales y tecnológicas muy distintas a las de nuestros días. Habiendo cambiado estas condiciones en las que se generaron las primeras

influencias para la construcción de la agenda periodística, creemos justo revisar la pertinencia de esta lógica informativa ante los nuevos contextos.

Por una agenda ciudadana

La lógica del corto plazo que define desde hace más de un siglo al periodismo en el planteamiento de temas parece no poder cerrar con facilidad, desde el punto de vista *massmediático*, la estabilidad simbólica que se requiere para asumir con suficiente sensatez la discusión de asuntos complejos que ponen a prueba la experiencia democrática.

Esto expresa una ambigüedad del papel de los *medios* en la democracia a finales del siglo XX: la reactivación de la agenda política en el temario periodístico soporta con gran peso el compromiso frente a la discusión y acuerdos democráticos, toda vez que se presenta una proporción inversa de la ocupación que las instituciones y actores tradicionales plantean en torno a la mediación entre Estado y Sociedad. Pero paradójicamente, la estructura comunicacional *massmediática* desarrolla en la segunda mitad del siglo XX un estilo ligero en su oferta discursiva enfrentando su rol político por el tratamiento de la información, sobre todo desde la oferta audiovisual.

En este sentido, la comprensión de la democracia contemporánea debe incluir las posibilidades de participación en términos de una autonomía del ciudadano frente a dos poderes establecidos: la del Estado y la de los Medios. Ante esto, el compromiso de ambos puede plantearse complementario para la conformación de un espacio público que defina sin traumas el proyecto individual frente al colectivo.

Estado y medios de comunicación deben así revisar su rol actual y permitir espacios de democratización en lo que le compete a ambas instancias: las decisiones públicas y la agenda periodística. De esta forma la agenda de sueños democráticos podría hacerse compatible con la agenda de prioridades establecidas por el periodismo.

Un nuevo siglo con una compleja agenda temática exige –y permite– la posibilidad de pensar en individuos capaces de ejercer con holgura no sólo el derecho a ser informado, sino también a formarse en términos de la construcción de nuevas agendas. Una condición que tanto el Estado como la empresa comunicacional deben verlo más cercano a la nueva democracia, proponiendo lo que se ha planteado como un periodismo cívico y un Estado vigilado por lo establecido desde la propia agenda ciudadana.

Visto así, la reinterpretación debe estar dada también a partir de la relación que el Estado le ofrece a los individuos para ser autónomos y no presas de las circunstancias mediáticas; dentro de estos individuos también estarían los nuevos profesionales de la información.

Debe, pues, empezarse a ver los medios de comunicación en su relación con el Estado, con el Mercado, con las Prácticas Profesionales, con el Marco Legal y con otras tendencias que se mezclan en las viejas y nuevas modalidades comunicativas para poder conferirle una explicación más global a la relación medios-democracia.

Asimismo, al reconocerse un aporte importante del periodista en la priorización temática diaria y al observarse una reducción de referencias cotidianas al escenario *massmediático*, nos obligamos a preguntar si no es hora de aspirar a una preparación de los nuevos profesionales en especializaciones de temas vinculados a los procesos vinculados al Estado y la democracia. Y por otro lado, de revitalizar el papel de otras instituciones como la escuela en estos nuevos contextos, en el que la lectura mediática debería pasar a ser un factor comprendido y mejor utilizado como espacios de construcción de la crítica hacia el Estado, a partir de individuos formados en procesos de ciudadanía.

Esto podría garantizar, no la construcción diaria de verdades, pues es éste un plano de construcción de realidades que seguiría siendo artificial, pero sí ayudaría a ampliar el panorama de estabilidad normativa, cuyos cambios dependerían más formalmente de una comprensión sobre los problemas sociales y, menos de una aspiración de productos culturales de corto plazo, recostada de la lógica *massmediática*. No debemos olvidar que si algo han ganado los individuos de la sociedad actual es en poseer cada vez más posibilidades de apropiarse de manera más justa de esos contenidos significativos que se les ofrece diariamente.

Notas

- 1 Dependiendo del autor que se maneje, los términos varían para calificar a estos medios (de comunicación, de información, mass media). Por razones expositivas, en este trabajo los denominaremos *medios*, refiriéndonos siempre a la prensa, radio y televisión y dejando de lado otros dispositivos contemporáneos de comunicación que no son objeto de estudio en esta oportunidad.
- 2 Nos referiremos al término *massmediático* recurrentemente, asociándolo a la existencia compleja de redes informativas estimuladas por medios que difunden

- mensajes a públicos amplios y en distintos espacios, todo esto vinculado con la concepción mercantilista del manejo de la información.
- 3 Autores, como Mauro Wolf y Denis McQuail, han abordado el tema de las funciones de los *medios*, pero acá no haremos referencia a todas las planteadas, sino a aquellas escogidas *ex profeso* para nuestros fines expositivos.
 - 4 Los avances en radiotelefonía y en la descomposición de la imagen ocupan gran parte de la primera mitad del siglo XX en los aspectos técnicos a resolver que hacían ver a estos medios en la sociedad, inicialmente como aparatos extraños que facilitarían, en los casos más exitosos, la comunicación a distancia.
 - 5 Autores como Anne-Marie Gingras han comentado que entre los efectos que producen las comunicaciones en las prácticas políticas es la exacerbación de la personalización y la dramatización, refiriéndose a la adopción de una concepción egocéntrica de los problemas sociales en detrimento de una concepción social de mayor análisis y profundidad. La autora se inserta en una concepción crítica que fustiga esta tendencia (ver más en *El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas*, en *Comunicación y Política*, 1998).
 - 6 Cuando hablamos de diferenciar los objetos referenciales construidos, hacemos alusión a que en la construcción de la agenda periodística, los medios se refieren, con un mismo tratamiento, a distintos temas con distintos grados de incidencias. Sobre todo en los medios audiovisuales se impone la tendencia de uniformizar el tratamiento de la información.
 - 7 El hecho de que lo massmediático haya avanzado de tal forma que logre a finales del siglo XX convertirse en un espacio considerable de poder, no significa que se reduzca la amenaza autoritaria ejercida desde el Estado. Lo que sí podría solaparse actualmente es una amenaza desde ambos poderes, dejando a la figura del ciudadano en una doble presión que más bien tiende a debilitarlo en su capacidad para tomar decisiones

Referencias bibliográficas

- ARISÓ, Guillermo. 2000. *Sociedad, medios y opinión pública: algunas reflexiones sobre una tríada compleja*. http://www.geocities.com/collage_park/5025/mesa9a.htm. Consulta: marzo de 2003.
- BARÓ, Martín. 1995. *Psicología de la Acción Política*, Editorial Paidós, Buenos Aires.
- BISBAL, Marcelino. 1998. *Pensar la política desde la Comunicación*. En *Revista Comunicación*, N° 101. Caracas, Venezuela.

- BOBBIO, Norberto. 1992. *El futuro de la democracia*. Fondo de Cultura Económica. Bogotá, Colombia.
- BORRAT, Héctor. 1989. *El periódico, actor político*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.
- CALONGE, Sary. 2001. *La representación mediática. Un enfoque teórico*, en Conocimiento social y sentido común. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. UCV. Caracas, Venezuela. (pp.15-55).
- DAHL, Robert. 1999. *La democracia. Una Guía para los ciudadanos*. Taurus. Madrid, España.
- FERRY, Jean Marc. 1995. *Las transformaciones de la publicidad política*, en *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa. España. (pp. 13-27)
- GINGRAS, Anne-Marie. 1998. *El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas*, en *Comunicación y Política*. Editorial Gedisa, España. (pp. 31-43).
- HABERMAS, Jürgen. 1996. *La inclusión del otro*. Paidós. Barcelona, España.
- MADUEÑO, Luis. 1998. *La interpretación de la cultura política*, en *Revista Venezolana de Ciencia Política*, CEPESAL-ULA, Mérida, Venezuela. (pp. 85-108).
- MCQUAIL, Denis. 2000. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona, España.
- MIÈGE, Bernard. 1998. *El espacio público: más allá de la esfera pública*, en *Comunicación y Política*, Editorial Gedisa. Barcelona, España. (pp. 44-59).
- ORTEGA, Félix y HUMANES, Ma. Luisa. 2000. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel Sociología. Madrid, España.
- SABUCEDO, J.M y RODRÍGUEZ, M. 1997. *Medios de comunicación de masas y conducta política*. Editorial Biblioteca Nueva. Madrid, España.
- THOMPSON, John . 1998. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación. España.
- VALLESPÍN, Fernando. 2000. *El futuro de la democracia*. Taurus. Madrid, España.
- VÁSQUEZ, Manuel. 1997. *Historia y comunicación social*. Crítica Grimaldo Mondadori. Barcelona, España.
- WOLF, Mario. 1987. *La Investigación de la Comunicación de Masas: Crítica y Perspectivas*, Editorial Paidós, Barcelona.