

ECUADOR

Debate

CONSEJO EDITORIAL

José Sánchez-Parga, Alberto Acosta, José Laso Ribadeneira,
Simón Espinosa, Diego Cornejo Menacho, Manuel Chiriboga,
Fredy Rivera, Jaime Borja Torres, Marco Romero.

DIRECTOR

Francisco Rhon Dávila
Director Ejecutivo CAAP

EDITOR

Fredy Rivera Vélez

ECUADOR DEBATE

Es una publicación periódica del **Centro Andino de Acción Popular CAAP**, que aparece tres veces al año. La información que se publica es canalizada por los miembros del Consejo Editorial. Las opiniones y comentarios expresados en nuestras páginas son de exclusiva responsabilidad de quien los suscribe y no, necesariamente, de ECUADOR DEBATE.

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:

EXTERIOR: US\$. 30

ECUADOR: S/. 110.000

EJEMPLAR SUELTO: EXTERIOR US\$. 10

EJEMPLAR SUELTO: ECUADOR S/. 40.000

ECUADOR DEBATE

Apartado Aéreo 17-15-173 B, Quito - Ecuador

Fax: (593-2) 568452

e-mail: Caap1@Caap.org.ec

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre, Quito.

Se autoriza la reproducción total y parcial de nuestra información, siempre y cuando se cite expresamente como fuente a ECUADOR DEBATE.

PORTADA

Magenta Diseño Gráfico

DIAGRAMACION

Martha Vinuesa

IMPRESION

Albazul Offset

ECUADOR DEBATE

46

Quito-Ecuador, abril de 1999

PRESENTACIÓN / 3-5

COYUNTURA

Nacional: Crisis Profunda e inoperancia gubernamental / 5-26

Marco Romero C.

Política: El juego del desconcierto / 27-36

Fernando Bustamante

Conflictividad Social Noviembre 1998 - Febrero 1999 / 37-50

Internacional: Precios, fuga de capitales y crisis / 51-72

Wilma Salgado

TEMA CENTRAL

Los mass-media contra la opinión /73-94

José Sánchez-Parga

Opinión pública y realidad Nacional. Los últimos 25 años / 95-122

Angel Polibio Córdova

Opinión pública o abriendo la caja de pandora de las definiciones / 123-138

Flavia Freidenberg, Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudaux

Repensando la esfera pública: Una contribución a la crítica de la Democracia actualmente existente / 139-174

Nancy Fraser

ENTREVISTA

Reinventar la izquierda. Entrevista con Massimo D'Alema / 175-186
por Giancarlo Bosetti. Introducción y traducción Marc Saint-Upery

PUBLICACIONES RECIBIDAS / 187-194

DEBATE AGRARIO

El sector Agropecuario ecuatoriano / 195-222

Manuel Chiriboga

La Ley de Desarrollo agrario y el debate en torno a la modernización del agro / 223-256

Nathalia Novillo Rameix, Virgilio Hernández Enríquez, Pablo Dávalos

ANALISIS

El mundo no está hecho para partidos / 257-272

Francisco Sánchez López

Esperando a Godot / 273-294

Franklin Ramírez Gallegos

Amartya Sen, Premio Nobel de Economía / 295-304

Ricardo Patiño Aroca

CRITICA BIBLIOGRAFICA

Ética y economía: una discusión de permanente actualidad / 305-319

por Alberto Acosta

TEMA CENTRAL

Los mass-media contra la opinión pública

José Sánchez-Parga

"Nunca podremos estar seguros de que la opinión que tratamos de acallar sea falsa, y si lo estuviéramos haríamos mal en acallarla" (John Stuart Mill, Sobre la libertad, I.32).

De paradójica en un principio, se ha vuelto después tan contradictoria como conflictiva la relación entre mass-media y opinión pública¹. Sin embargo, este fenómeno no es más que parte y consecuencia de una problemática más amplia: la que afecta las también contradictorias y hasta perversas relaciones entre mass-media y política. Si hoy "la política ya no es lo que era"², se debe en gran parte al efecto mediático sobre la política de los medios de comunicación social; lo que ha dado lugar a un fenomé-

no nuevo: a la progresiva despoliticación mediática de la política ha correspondido la creciente politización de los mass-media, los cuales han abandonado su condición y modo de funcionamiento de "contra-poder" para convertirse en un poder, que usurpa competencias políticas pero sin asumir las responsabilidades del poder político.

Que la política haya dejado de ser una fuerza comunicacional en una "sociedad informacional" (M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Blackwells, Oxford, 1997)

-
- 1 La bibliografía sobre esta particular relación es ya importante: Gómez, L.A. *Opinión pública y medios de difusión*, CIESPAL, Quito, 1982; Gonzalez Seara, L. *Opinión pública y comunicación de masas*, Ariel, Barcelona, 1969; Graber, D. "The impact of Media Research on Public Opinion", en *Mass Communication Review*, Sage Publ. Lonres, 1982; Lazarsfeld, P.F. "The Effects of Radio on Public Opinion", en D. Waples, *Radio and Film in Democracy*, D.Waples Print, Chicago, 1942; Lemert, J.B. *Does Mass Communication Change Public Opinion after all ? A New Approach to Effects Analysis*, Nelson Hall Inc. Chicago, 1981; Schramm, W. *The Process and Effects of Mass Communication*, Illinois University Press , Urbana, 1973.
 - 2 Cfr. J. Sánchez - Parga, "Por qué la política ya no es lo que era", en *Ecuador Debate*, n.36, Diciembre, 1995; N. Lechner, "La política ya no es lo que fue", en *Nueva Sociedad*, n. 144, julio, 1996.

como la moderna ha contribuido a que los medios de información y comunicación sociales desarrollaran capacidades y efectividades políticas muy inéditas. Este fenómeno generalizado en el mundo moderno se ha agravado en países como el Ecuador, donde las instituciones sociales y políticas son muy débiles, y donde las limitaciones y deformaciones de todo lo que es institucionalidad con sus propias normatividades, ha propiciado que el poderío mass-mediático reforzado con la galaxia informática de las nuevas tecnologías no sólo compense y suplante todo el sistema de instituciones de una sociedad sino que incluso despoje a las mismas instituciones políticas de su específica politicidad.

Como no es el caso desarrollar aquí tanto las complejidades, las formas y los alcances que hoy presentan las relaciones entre mass-media y política, centraremos la problemática en una cuestión muy particular, aun cuando en ella con-

vergen y cristalizan no pocos de los problemas generales: la opinión pública. Otra precisión adicional del asunto nos obliga a evitar un tratamiento de la opinión pública y su actualidad, temas sobre el que ha corrido tanta tinta reciente³, para ceñirnos a su específica relación con los mass-media.

Es necesario, sin embargo, destacar todos aquellos elementos que han dado lugar a la formación y desarrollo de la opinión pública, los que la definen y constituyen, para entender en qué medida esa misma opinión pública se encuentra afectada en todos estos sus componentes esenciales por impacto de los mass-media en las sociedades modernas. Pero en lugar de una minuciosa genealogía de la opinión pública o destacar las fases más representativas de su desarrollo histórico, nos merece mayor interés la *formación política de la opinión pública* en el transcurso de los procesos históricos más relevantes de su evolución⁴, puesto que es a partir de esta

3 Una bibliografía completa se puede encontrar en las obras recientes de C. Monzon Arribas, *La opinión pública. Teoría, concepto y métodos*, Tecnos, Madrid, 1987/1990; Vincent Price, *Opinión pública, esfera pública y comunicación*, Paidós, Barcelona, 1994.

4 Es con este enfoque más "arqueológico" en la terminología de Foucault que se han acumulado los más numerosos estudios políticos sobre la opinión pública: W. Bauer, *Die öffentliche Meinung und ihre geschichtliche Grundlagen*, Tübingen, 1914; F. Bockelmann, *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1975; E. Fraenkel, *Öffentliche Meinung und internationale Politik, Recht und Staat*, Tübingen, 1962; J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1962; F. Lenz, *Werden und Wesen der öffentlichen Meinung*, Munich, 1956; F. Tönnies, *Kritik der öffentlichen Meinung*, Berlin, 1922.

su "formación política" que podremos entender mejor la moderna *deformación o desconstrucción mediática de la opinión pública*. Con estos dos títulos y sus respectivos planteamientos abordaremos las dos partes de este estudio, cuyo referente directo es el caso ecuatoriano, donde las relaciones entre mass-media, instituciones políticas y opinión pública no han sido objeto hasta ahora de elaboraciones particulares.

Construcción política de la opinión pública

La libertad e igualdad de palabra fue en sus orígenes y siguen siendo hoy fundamento de la opinión pública. Si en la antigua democracia ateniense (siglo IV) la "igualdad ante la ley" (*iso-nomia*) de todo ciudadano era sinónimo de la "igualdad en el uso de la palabra pública" (*isa-goria*), es porque el poder y el gobierno se ejercían por medio de la palabra ya fuera públicamente (*agora*) o en la "asamblea del pueblo", órgano deliberativo y legislativo del gobierno. Por eso

mismo la palabra pública en cuanto ejercicio del poder ciudadano tenía un estatuto y eficacia políticos.

Pero si la libertad de palabra era un *requerimiento necesario*, para que exista la opinión pública la información es la *condición suficiente*. Ya en la democracia ateniense, días antes de que se reuniera la "asamblea de los ciudadanos", se publicaba toda la agenda, orden del día o "programa de las deliberaciones" (*proboulema*), con la expresa finalidad de que los ciudadanos pudieran estar suficientemente informados y entre ellos llegaran a formarse una opinión sobre los asuntos del debate⁵.

En una situación como en la democracia ateniense, donde el pueblo participaba en el gobierno, la opinión pública era un poder y un recurso político para el buen gobierno, un factor e instrumento de gobernabilidad. Por el contrario, en la antigua República de Roma la "opinión pública" de los ciudadanos actuaba como una suerte de "contra-poder", un organismo de presión o control tanto de los pode-

5 Erróneamente se suele sostener que la democracia fue posible en Atenas gracias al nivel educativo y cultural de los ciudadanos, sin tener en cuenta hasta qué punto la política y la misma democracia actuaron como principal factor del desarrollo educativo y de la cultura cívica de los atenienses. Para Tocqueville como para Jaegger la política fue la gran educadora, "paideia", de los ciudadanos de Atenas.

res legislativos (del Senado) como del Ejecutivo (los Cónsules)⁶.

Estos dos aspectos originarios, el ser, por una parte, un poder y un recurso político para el buen gobierno, para orientar y legitimar la gobernabilidad, y ser, por otra parte, un "contra- poder" de la sociedad que limite y controle el poder gobernante, ambos aspectos con un mayor o menor énfasis, según las circunstancias o el sistema político, configuran siempre la opinión pública. Estas dos dimensiones políticas de la opinión pública pueden adoptar tanto una forma de contrapuesta como complementaria, pues que la opinión pública (en su versión ateniense) sea un recurso y un poder público tanto para orientar y dirigir los poderes gobernantes, no excluye que esa misma opinión pública puede adoptar posiciones críticas y limitadoras del ejercicio del poder gobernante (versión republicana en la antigua Roma). Y de la misma manera, la opinión pública en cuanto "contra-poder", incluso en sus posiciones más adversarias y fiscalizadoras o críticas del poder,

es una institución necesaria para la orientación de este mismo poder gobernante. Hasta Maquiavelo reconocía que el Príncipe "ni puede gobernar con el pueblo ni puede gobernar contra el pueblo". En determinados regímenes y coyunturas políticos la opinión pública actuará más como contrapoder, y en otros como apoyo, orientación y legitimación del poder; pero en cualquier caso toda gobernabilidad siempre necesitará de la opinión pública.

Ya que la opinión pública se funda sobre la "libertad pública de palabra" de cada ciudadano, y puesto que la misma idea de "opinión" hace referencia a "lo que le parece" (*doxa*) a cada ciudadano, la opinión pública es un concepto plural, habría que hablar propiamente de "opiniones", y es precisamente su condición plural lo que la define políticamente, ya que en política no hay verdad. Todo lo contrario, la verdad no es una categoría política, y más bien es anti-política, de ahí que toda "epistemocracia" (Mateucci) o gobierno de la verdad recubra

6 La opinión pública en la antigua democracia ateniense gozaba de una situación tan privilegiada como ejemplar, ya que tenía por objeto y contenido "lo común" (*koiné*), que después en la antigua Roma se traduciría por "cosa pública" (*res pública*). Aunque ambas ideas tengan un sentido análogo, el contexto socio político y cultural era diferente para cada una de ellas. El ciudadano ateniense supeditaba el ámbito privado (*hídotes*) a lo público y colectivo, por tener la evidencia y experiencia de que si los asuntos de la "ciudad" iban bien también sus intereses privados se beneficiarían; en la antigua república romana el interés privado comienza a sobreponerse al público.

siempre una modalidad de totalitarismo. La opinión pública es para G. Sartori "el conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en los públicos" (*Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998:69).

Por esta razón, y como todo lo relativo al poder, también la opinión pública es un fenómeno conflictivo, producto y generador de conflictos. Producto de conflicto, puesto que sólo puede formarse en una sociedad donde la libertad de opinión y la diversidad de opiniones y sus posibles confrontaciones configuran su dimensión pública; y también generadora de conflicto no sólo como "contra-poder" sino también en cuanto recurso político del poder gobernante⁷.

Que la opinión pública presuponga la confrontación de opiniones y se constituya en la lucha de opiniones confrontadas hace que la discusión y la polémica sean tan inherentes a la dimensión pública como cognitiva de la opinión. Escribía John Stuart Mill "en ausencia de la discusión no sólo se olvidan los fundamentos de la opinión sino tam-

bién con mucha frecuencia el significado de la opinión misma; a falta de discusión, las palabras que la transmiten dejan de sugerir ideas... En vez de un concepto definido y una creencia viviente, sólo quedan unas frases retenidas de memoria" (*Sobre la libertad*, II, 65).

La constitución del poder absoluto en los Estados nacionales comportó una nueva racionalidad política, cuyo principal intérprete fue el pensamiento de Maquiavelo: la política dejaba de ser una *praxis* en el sentido aristotélico, y por consiguiente asociada a la ética, (una actividad cuyos efectos y resultados respondían a la lógica y calidad de los medios, y por consiguiente eran los medios los que justificaban los fines), para convertirse en una *técnica del poder* (donde el "fin justificaba los medios", puesto que los productos de la técnica no tienen que ver con los medios).

Ante esta ruptura de la (técnica) política y de la ética (praxis), tanto los liberales como "demócratas a lo Rousseau respetarán siempre la diferencia de ambas racionalidades y la clara separación entre la moral y

7 Esto explica que Hobbes, teórico del absolutismo estatal, en su *Leviatán* condene la opinión pública por introducir en el Estado soberano un germen de anarquía y corrupción del poder; mientras que para el liberalismo la opinión pública ("ley de opinión o reputación") es la necesaria contraparte del gobierno político: los ciudadanos renuncian al uso de la fuerza a favor del poder político, para el gobierno de la sociedad, pero conservan "el poder de juzgar la virtud y vicio, el bien y el mal de sus (poder gobernante) acciones" (John Locke, *Ensayo sobre la inteligencia humana*, II, 36).

la política, impidiendo que la moral se convierta en tribunal de la política. Pero tanto los liberales (Locke) como el mismo Rousseau confieren a la opinión pública una virtud cívico-moral capaz de limitar y censurar el poder político: "como la declaración de la voluntad general se hace por medio de la ley, así la declaración del juicio público se hace por medio de la censura".

Según esto, la opinión pública (incluso en la versión más liberal de personas privadas que razonan y discuten sobre asuntos públicos, manteniendo una actitud crítica frente al poder, aparece como un *contrapoder*, en cuanto institución que desde la sociedad civil limita el poder político y el ejercicio del gobierno, pero también como esa institucionalidad que intermedia la ética y la política; la única sutura entre la técnica del poder y los valores morales. "Rousseau, que con la *voluntad general* quiere superar la distinción entre política y moral, muestra la estrecha correspondencia entre soberanía popular y opinión pública, y ve en la opinión pública la verdadera constitución del Estado" (N. Mateucci, "Opinión pública" en N. Bobbio, *Diccionario de política*, siglo XXI, México, 1995:1076).

Ya se trate del liberalismo como del republicanismo democrático, para el pensamiento político clásico la opinión pública simbolizaría y garantizaría que el poder soberano reside en el pueblo, aunque su ejercicio lo detente el poder gobernante. Y en tal sentido la opinión pública operaría en cuanto actualización permanente de la legitimidad y de los controles de los poderes gobernantes legalmente constituidos⁸. En otras palabras, así entendida, la opinión pública fue la forma de poder que adoptaba la sociedad civil frente a la sociedad política y el Estado. Su desarrollo al margen del Estado no impidió a la sociedad civil dejar sin control ni censura a la sociedad y poder políticos la gestión de los intereses públicos: así se dota del eficaz instrumento de la opinión pública.

Tal será uno de los principales fundamentos del liberalismo clásico: " el poder en la sociedad, que en cualquier forma tiende a convertirse en poder político... la opinión constituye en sí misma una de las fuerzas sociales más activas. Una persona que sustenta una creencia representa un poder social igual al de noventa y nueve que sólo representan intereses" (John Stuart Mill,

8 Esta dimensión desarrollarán los posteriores liberales ingleses (Burke, Bentham) y franceses (Constant, Guizot), acentuando la función política de la opinión pública en cuanto instancia intermedia entre el electorado y el poder legislativo; expresión del consenso ciudadano v con el gobierno entre una elección y la siguiente.

Consideraciones sobre el gobierno representativo, I. 23s). Será en este horizonte político liberal, que se definen las dos competencias de la opinión pública sobre los poderes políticos: influir en ellos y controlarlos (o.c., II. 43).

En conclusión de los análisis precedentes, la opinión pública articula una doble mediación entre realidades separadas, pero mutuamente imprescindibles: mediación entre la moral (praxis) y la política (técnica) (desarrollada por el Kant tardío de *Zur ewige Friede* de 1795) y la mediación entre sociedad civil y Estado.

El desarrollo del periodismo ya en la Inglaterra del siglo XVIII respondía entonces a la necesidad de una opinión pública que no sólo requería una nueva institucionalidad para expresarse e incrementarse sino también para amplificar y hacer más efectiva otras de sus funciones: revelar, poner de manifiesto, sacar al público los "secretos del poder" (los *arcana imperii* de los autores medievales).

Desde esta perspectiva se entiende en qué medida la opinión pública resolvía el gran teorema de la *participación política* de parte de la sociedad civil. La opinión pública tenía la función de habilitar y capacitar a todos los ciudadanos en una activa participación política, po-

niéndolo en condición de discutir y de manifestar las propias opiniones sobre los asuntos de interés público. De esta manera la opinión pública además de dirigida hacia los organismos del poder y de gobierno actuaba como un *medio* de comunicación política entre ellos y los ciudadanos: "las discusiones del parlamento son parte de las discusiones del público" (Locke), lo que garantizaba un gobierno (para el pueblo) con el consenso de la opinión pública". Así entendida la opinión pública era una contribución a la gobernabilidad al mismo tiempo que un tribunal de la política, el cual "si bien puede equivocarse tiene la ventaja de ser incorruptible".

Nunca se insistirá suficientemente sobre la importancia y el papel decisivo que desempeñó la opinión pública en la generación y desarrollo de una cultura de la *responsabilidad política*. La cultura de la "rendición de cuentas", de la "*accountability*" sólo fue posible porque los poderes políticos estuvieron cada vez más condicionados en el caso de algunos sistemas políticos a gobernar de cara a la opinión pública, enfrentándola y teniéndola en cuenta. En sistemas políticos y países sin una tradicional opinión pública fuerte, ni la clase política ni los poderes gobernantes han inter-

nalizado una cultura de la responsabilidad política⁹.

En cuanto modelo o instrumento de "participación" la opinión pública además de orientarse verticalmente en su dirección hacia el poder, tiene una orientación horizontal, en cuanto que no se *participa* en el poder sino en la medida que es poder es *compartido* (doble sentido este que ya tenía el verbo *metejein* en Aristóteles) transversalmente por los ciudadanos. De ahí que la opinión pública sólo se dirija a un destinatario, el poder gobernante, en la medida que interpela a ese otro destinatario que es el conjunto de los ciudadanos, haciéndolos más capaces de comunicar políticamente, de desarrollar opiniones múltiples y diversas, de su confrontación pública. Esto mismo explica que mientras en países de tradición parlamentaria y constitucionalista la participación política se haya entendido de manera distinta, desarrollándose más bien como una *cultura política de la opinión pública*, mientras que en otros países un participacionismo en detrimento de la opinión pública haya dado lugar a una *cultura política movimientista o de movimientos sociales*.

Esta doble direccionalidad de la opinión pública mencionada más arriba revela su particular ubicación estratégica entre una *sociedad civil en cuanto generadora de intereses* y el *Estado en cuanto regulador de intereses*. Para que los intereses privadamente generados por la sociedad civil se transformen en intereses públicamente regulados por el Estado es necesario el proceso de mediación que opera la opinión pública, capaz de transformar las versiones privadamente interesadas en lo que será el interés público bajo la regulación estatal. La opinión pública nunca tiene por objeto los intereses privados sino las versiones privadas (diversas, conflictivas, incluso incompatibles, pero sujetas a acuerdos, pactos y consensos) del interés público, siempre resultado por ello de la misma opinión pública.

En tal sentido, es la opinión pública la que construye el interés público; este, la "cosa pública", no existe previamente ni al margen de aquella.

Han sido muy importantes las críticas marxistas y liberales para contribuir a una mayor elaboración conceptual y política de la opinión

9 En el actual gobierno inglés el primer ministro acude todos los martes y jueves al Parlamento para dar cuenta de sus políticas y responder a la oposición. Este intercambio entre ejecutivo y legislativo, mayoría y oposición transmitido por televisión contribuye a mantener una deliberación pública, ausente en otras democracias modernas.

pública¹⁰. Para Marx la opinión pública se encuentra dominada por la clase dominante “tanto por el efecto de la misma dominación como por la prensa”. Al concebir el sistema capitalista en cuanto totalidad, sin reconocer la evolución histórica, la regulación de las mediaciones y el paso a nuevas formas de organización de la sociedad, Marx no tiene en cuenta la importancia que es capaz de desempeñar la opinión pública no como efecto de la dominación de clase sino más bien como efecto (y arena) de la lucha de clases, y por consiguiente también al ejercer una función de desocultamiento de los intereses de la burguesía, y al desempeñar un papel similar al del sufragio universal (que el mismo Marx reconoce), confiéndola la sociedad civil una actuación política.

En este sentido resulta muy clara la percepción que de la opinión pública tiene Marx cuando, según él, la sociedad civil tenga una existencia política plena, cesando su contraposición con el Estado; sólo entonces la opinión pública realizará la total racionalización del poder político, hasta el punto de abolirlo;

el poder político se disolvería en el poder social, adoptando la forma de opinión pública; ella sería el poder político de la sociedad civil.

Tanto o más importante – teórica y políticamente necesario – que interpretar la crítica marxista de la opinión pública es interpretar la crítica de los mismos pensadores liberales, sobre todo por la directa referencia al tema del presente estudio sobre los mass-media y la opinión pública. Ya Tocqueville (*La democracia en América*) y John Stuart Mill (en la segunda parte de *Sobre la libertad*) alertarán sobre el peligro de que la opinión de las mayorías se imponga de tal manera sobre la de las minorías, que estas queden reducidas o desplazadas de su presencia o influencia en la opinión pública. En primer lugar, el traslado de la problemática de las minorías y minorías al fenómeno de la opinión pública es tan torpe como equivocado; en segundo lugar, la “sociedad de masas” aparece ante los pensadores liberales del siglo XIX y primera mitad del siglo XX como una amenaza de lo colectivo contra lo individual, haciendo que el despotismo de las masas ejerza tal con-

10 En tres obras trata K. Marx de manera específica el asunto de la “opinión pública” (*öffentliche Meinung*): *Die Klassenkämpfe in Frankreich 1840 bis 1850* (MEW, bd. 7, 1985/1960), *Die Judenfrage* (MEW, bd. 4, 1945/1959), *Die öffentliche Meinung in England* (MEW, bd. 15, 1862/1964). Cfr. también C. Monzón Arribas, “Orígenes y primeras teorías sobre opinión pública: el liberalismo y el marxismo”, en *Revista de Estudios políticos*, n. 44, 1980.

trol social que impida o limite el desarrollo de la individualidad y de las opiniones particulares y diversas. Sin embargo, no serán las masas como fenómeno social y de acuerdo a las clásicas representaciones (G. Le Bon, *Psicología de las multitudes*, 1985; S. Freud, *Psicología de las masas*, 1921; J. Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, 1937), sino el efecto ideológico y sociológico de la *masificación*, en cuanto moderno modelo de dominación, y una transformación de la *individualidad* tal y como la entendían los clásicos en el *individualismo* neoliberal de la moderna modernidad el que contribuirá a la progresiva atrofia y ocaso de la opinión pública.

La destrucción mediática de la opinión pública

Ni la crítica liberal hace dos siglos ni la crítica marxista desde el último siglo hubieran previsto que un nuevo poder ("*el poder más fuerte de una sociedad...*") ejerciera una tal dominación que llegara a aniquilar el poder de la opinión pública, sustituyéndola en su influencia y control del poder político ("*será el más fuerte poder dentro del gobierno*", John Stuart Mill, *Consideraciones sobre el gobierno representativo*, I, 22). En la moderna "so-

iedad informacional"¹¹, los mass-media pasarán de ser el más fuerte "contrapoder" de la sociedad civil para convertirse en un real poder político, que desde ella compite con los poderes del Estado y los otros actores políticos, los que incluso trata y logra sustituir o suplantarlo. De ser una institución análoga y asociada a la opinión pública, contribuyendo con ella tanto a su formación cuanto a la ampliación y reforzamiento de sus influencias y eficacias, los mass-media tienden no sólo a remplazar el "contrapoder" de la opinión pública sino incluso a destruirla.

Politización de los "media"

En primer lugar, los mass-media actúan como un poder político suplantando, compitiendo y supeditando con sus actuaciones la acción de los actores e instituciones políticos. Los mass-media comenzaron ejerciendo una fuerte atracción sobre los intelectuales, quienes tras la "crisis de los paradigmas" en la década de los 80 (que fue también una crisis de identidades profesionales y laborales) en un mundo cada vez más mediático, encontraron cada vez más reducidos sus espacios de audiencia e interlocución y de influencia, y también sus competen-

11 Para un amplio y reciente desarrollo del concepto de "sociedad informacional" puede consultarse la obra de Manuel Castells *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishers, Oxford, 1995.

cias como formadores de opinión pública. Consecuencia de ellos fue que en muy pocos años, en el transcurso de las dos últimas décadas, muchos representantes de la sociedad académica en crisis (tanto ideológica cuanto económicamente) se reciclaron como "intelectuales orgánicos" de los mass-media; y no pocos intelectuales que habían sido reputados militantes de la izquierda al quedarse sin el partido y la barricada encontraron un nuevo modelo de militancia en los mass-media.

Algo similar, pero mucho más grave y de peores consecuencias ocurrió con los políticos, quienes en número cada vez creciente empezaron a actuar en y desde los medios de comunicación social: muchos editorialistas y protagonistas o interlocutores regulares en programas de radio y TV son políticos. Hoy todo político es plenamente consciente, que sólo existe políticamente si existe en los medios. Pero la seducción mediática ha dado lugar a un real sometimiento mediático, haciendo que los mismos gobernantes traten de asegurarse la benignidad de los medios o al menos ciertos márgenes de indulgencia. Hasta los presidentes de la República acuden a los locales de los medios de comunicación para ganarse la confianza y anunciar en ellos sus políticas y programas de gobierno.

Nada tiene de extraño que personalidades de los mass media deri-

ven hacia la política y se promocionen como candidatos a cargos públicos (uno, entre otros muchos casos, en dos ocasiones a la presidencia de la República) y que políticos se conviertan en gente de los mass-media (entre otros, el caso de una Vicepresidenta de la República).

Una estratagema ilusoria para mantener una supuesta independencia política obliga a los mass-media a incorporar políticos de todas las tendencias y perfiles ideológicos más variados, con la finalidad de garantizar el pluralismo y una amplia representatividad de todas las corrientes de pensamiento y de posiciones políticas. Pero este comportamiento mediático de los medios de comunicación social tiene consecuencias tan falaces como perjudiciales. En primer lugar, "los media" entienden la independencia política en términos de independencia partidaria, lo que no significa que los "media" logren esa independencia de la misma política que les garantice su condición de real "contra-poder". Lo cual es algo más y algo muy diferente a ser "anti-gobiernista", puesto que actuar como oposición no sólo es una acción política propia de un actor político sino que además puede resultar demasiado interesada para obtener réditos.

En segundo lugar, la pretensión de reproducir al interior de un mismo medio de comunicación social

la representación de las fuerzas sociales o de los partidos políticos tiene el paradójico efecto, por una parte, de convertir al "medio" en un escenario político, y por otra parte, de despojarlo de una real identidad política, desideologizándolo completamente, ya que un medio que sirve para cualquier corriente de opinión, difícilmente contribuye a construir o formar opinión. A los "media" les ocurre lo mismo que a los actuales partidos en crisis de identidad: los de derecha tratan de parecer de izquierda y los de izquierda intentan inclinarse a la derecha, para ocupar esa línea tan hipnótica como imaginaria que es el "centro".

En tercer lugar, un "medio" corre el riesgo de que a su interior los diferentes colaboradores se enzarzan en discusiones y polémicas ideológico políticas, que además de ser ajenos al medio de comunicación social pueden distorsionar tanto su perfil como su funcionamiento, y convertirlo en arena de la confrontación política. Lo que no necesariamente interesa y más bien puede molestar a los destinatarios del "medio".

Resulta evidente que, al transgredir uno de los fundamentales principios de la ética periodística, consistente en "hacer su trabajo como periodista sin mezclarse en política o cualquier actividad que pudiera calificarse de política"¹², el periodismo nacional incurre en otra de las irresponsabilidades periodísticas que más desprestigian la profesión: "reportar la noticia, no el ser la causa de ella". Al incurrir en política, los mismos mass-media y los mismos periodistas producen o provocan la noticia y se convierten en parte de ella.

Estas fusiones y confusiones entre política y mass-media han inducido a estos últimos a desempeñarse con mayor frecuencia y hasta mayor intensidad en actuaciones claramente políticas, y compitiendo así con otros actores e instituciones políticos. Hoy es más efectiva una interpelación al gobierno o cualquiera de sus Ministros desde un medio de comunicación social que desde el Congreso. Y esta acción fiscalizadora desde el periodismo puede dar lugar a que un medio de comunicación llegue a actuar más eficazmente que un partido de la oposición parlamentaria en la cen-

12 D. Graham, director del *Washington Post*, citado por E. Goodwin, *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, Det. Gernika, México, 1986:92).

sura de un Ministro o provocando su renuncia¹³.

Tal capacidad de control y denuncia de los mass - media los empuja en el fatídico dilema de ser "pro" o "contra" gobiernistas, al perder el sentido de su ubicación política, convirtiéndolos inevitablemente en actores de la escena política.

No menos competentes se han vuelto los mass - media deliberando o compartiendo los procesos deliberativos del Congreso o de las relaciones entre este poder legislativo y el Gobierno, no encontrando fácilmente los límites entre lo que puede ser su contribución o su influencia en la formación de la opinión pública; de ahí también que no tanto a los medios de comunicación cuanto sobre todo los mismo periodistas transgredan con frecuencia sus funciones informativas y de generar opinión para "tirar línea" o lanzar consignas.

Los media y la opinión: Entre el escándalo y crispación políticos

Si los mass-media tienden a invadir o influir hasta condicionar y replantar la opinión pública es por-

que la sociedad civil adolece de grandes y serias limitaciones de orden muy diverso para constituirse como órgano y espacio privilegiado de la producción de opinión. Sin embargo, esta situación no hace más que reforzar un círculo vicioso, según el cual la misma sociedad civil se vuelve cada vez más alienada y dependiente de la opinión de los "media".

Aunque con actuaciones menos regulares y visibles pero muy decisivas, en determinadas coyunturas de la historia nacional, los "mass-media" no dejan de desempeñar un papel de arbitraje político, cuando en situaciones de tensión y conflictos son capaces de tomar una cierta distancia de la arena; lo cual no significa que sus actuaciones de árbitro o de moderador carezcan de intención y sentido políticos.

Inconfundible en cambio son las circunstancias opuestas, cuando el mismo medio de comunicación social participa en el conflicto político, y comparte con los otros actores de la política un clima de "crispación política". Más aún, que los "mass-media" tomen partido y sean a su vez objeto de polémicas deci-

13 Fue por una creciente presión e influencia de los medios de comunicación social que entre noviembre y diciembre de 1987 el censurado Ministro de gobierno de Febres Cordero, Robles Plaza terminó dimitiendo del cargo; que en febrero de 1994 Carlos Vera, Ministro de Turismo de Sixto Duran, fue también censurado y removido de su cargo; que entre octubre y diciembre de 1996 Sandra Correa tuvo que renunciar como Ministro de educación bajo el gobierno de Bucaram.

siones, apoyos o confrontaciones políticos, los convierte en "instituciones de la crispación política" ¹⁴ Con tal actuación los "mass-media" no harían más que adoptar una cultura de la confrontación, inducida principalmente por las mismas instituciones políticas, y que responde obviamente también a la tradición de una cultura política arraigada en la misma sociedad.

No hay que confundir sin embargo esta asimilación de los "mass-media" a las instituciones de la crispación política con su función de interpretar el escándalo político. El escándalo es un fenómeno propio de los medios de comunicación social, una manifestación de la opinión pública de indignación y rechazo ante las transgresiones, perversiones y corrupciones de la política, y en cuyo análisis intervienen los procesos de configuración de la opinión pública¹⁵. En ningún otro objeto o situación como en el escándalo político se revela con tanta nitidez la fuerza de los "mass-media" en su configuración de la opinión pública, y en cuyo tratamiento

los "medios" simultáneamente operan una suerte de catarsis sobre la opinión pública, y activan en ella los anticuerpos éticos contra las causas del escándalo y el control social de la política. Pero como en todo escándalo hay siempre una dramatización, donde los buenos y villanos aparecen claramente identificados, los "mass-media" encuentran en este género una apetecida presa del sensacionalismo.

Usurpación mediática de la opinión pública

Por ello, el tratamiento del escándalo político por parte de los "media", tan necesario para la opinión pública, puede fácilmente degenerar en una apropiación de ésta a través de aquel: los "media" dejan de desempeñar una labor de *mediación* (adaptándose al acontecimiento) para ejercer una *mediatización* (adaptando a ellos el acontecimiento). Así el escándalo político pasa de actuar como un momento fuerte de la información política, como control social y como reforzamiento de la democracia, distinguiendo lo

14 · Cfr J. M. Colomer, "Las instituciones de la crispación política" en *CLAVES de la razón práctica*, n. 74, 1997.

15 Cfr H. F. Jiménez Sánchez, "Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social", en *Revista española de investigaciones sociológicas*, n.66, 1994: 7-36; "Cruzados o fariseos. La complejidad de los escándalos políticos", en *CLAVES de la razón práctica*, n. 45, 1994: 9-14; L. Arroyo Martínez, "Fábulas y fabuladores. El escándalo político como fenómeno de los medios de comunicación", en *CLAVES de la razón práctica*, n. 60, 1996: 12-21.

legítimo e ilegítimo, la legalidad de la ilegalidad, para reforzar los ejes discursivos y estereotipos de los "media", los cuales modelan cotidiana pero intensamente el ideario político de los ciudadanos, y generando una opinión política pública muy impresionada por esa apariencia de escándalo que tiene siempre toda la política.

Los medios de comunicación social podrán ser más o menos productores y generadores o contribuyentes de opinión pública, influir más o menos en ella, pero son el aparato necesario e insustituible del *clima de opinión*, sin el cual no es posible la opinión pública. "El clima rodea el individuo desde el exterior, El individuo no puede escapar de él. Pero simultáneamente está dentro de nosotros, ejerciendo la mayor influencia... representa mejor que la de opinión pública la idea de una distribución de frecuencias, de una fuerza relativa de las distintas tendencias"¹⁶. La teoría de "*la espiral del silencio*" pretende explicar el impacto de los medios en el público, especialmente en la formación de la opinión pública como efecto a largo plazo.

Ahora bien, en la creación de este "clima" la prensa desarrolla un protagonismo incomparablemente superior, y del cual los otros "media" no son más que ecos, resonancias y amplificaciones. Las condiciones de la prensa para contextualizar los sucesos, para interpretarlos, articulando los géneros noticiosos, informativos y de opinión sobre un mismo evento, confieren a las particulares técnicas de la prensa una gran capacidad para marcar el compás de los debates políticos, que los otros "media" sólo pueden recoger en superficie; de ahí la importancia de la prensa en lo que se ha llamado la "*agenda setting*"; la función de establecer la agenda de la opinión pública, cuya fuerza puede llegar a imponerse a la misma agenda gubernamental.

Será en tales situaciones extremas cuando la *agenda setting* de los "media" compite con la del gobierno y de los poderes políticos, que la opinión pública puede quedar marginada; y marginada no sólo como actor de dicha opinión, sino también como interlocutor de la responsabilidad de los políticos. Ya que estos, como hasta el mismo go-

16 El término *clima* hace referencia a un consenso básico, pero también a un sistema abierto, que puede estar atravesado por ocasionales "corrientes de opinión"; evoca además la imagen del espacio y del tiempo e incluye el sentido más completo de lo público. Cfr. E. Noelle-Neumann, *La espiral del silencio. Opinión pública, nuestra piel social*, Paidós, Barcelona, 1995.

no, en lugar de “rendir cuentas” (*accountability*) a la opinión pública de la sociedad se siente y actúan respondiendo a los “mass – media”, siendo ante estos que cumplen su “responsabilidad política”.

Que los “mass – media” suplan-ten la opinión pública de la sociedad civil y traten de convertirse en los interlocutores de la “responsabilidad política” y los beneficiarios de la “rendición de cuentas” de los políticos y gobernantes, induce a los “media” a practicar una suerte de *populismo orgánico*, al constituirse en los representantes privilegiados de la sociedad civil y de la opinión pública frente a los políticos y gobernantes. Y ello con el agravante de abdicar de toda crítica a la sociedad civil y a su misma opinión pública (es decir abdicar de ser parte de dicha opinión pública contestándola y discutiéndola), y desresponsabilizar políticamente a dicha sociedad civil. En este sentido, los “mass – media” practican habitualmente y de manera generalizada el más simple y craso jacobismo: “los males de la sociedad nunca vienen del pueblo sino del gobierno” (de acuerdo a la célebre proclama de Robespierre, recogida y criticada por B. Constant)¹⁷.

Los “mass-media” en el mundo actual tienen un doble efecto informático y masificador, haciendo que los públicos queden sin opinión y que la opinión deje de ser pública (retórica contradicción, ya que no sería posible lo público sin opinión ni ésta sin lo público). Por muy paradójico que suene, cuanto más *informatizada* menos informada o más desinformada será una sociedad moderna; cuanto más saturada de noticias y cebada de mensajes, menos sujeta se encontrará a la información y menos dispuesta a recibir y producir opiniones. Añádese el hecho que cuanto menos formada, menos informada y también más desinformada será una opinión pública, y por consiguiente mucho más influenciable por los “sondeos de opinión” y manipulable por los “media”.

Las nuevas comunicaciones públicas y mediáticas

La velocidad de las noticias, el ritmo desacelerado de la información sobre ellas, y la lentitud requerida para el conocimiento en la formación de las opiniones provoca violentos e insuperables desfases entre los “media” y sus públicos. La

17 En una encuesta recogida en una próxima publicación (J. Sánchez – Parga, *Cultura política en la sociedad ecuatoriana*, 1999), a la pregunta sobre los responsables de una mala democracia el 59.2% responde los políticos y el gobierno; sólo el 9.5% responde el pueblo; y el 31.1% dice “todos”.

seductora e hipnótica tiranía del “*en vivo y en directo*” afecta profundamente la relación entre las audiencias de los “media” y las realidades sociales e históricas por ellos mediatizadas: brutalmente confrontados, sin recursos para entenderlas y desvalidos para reaccionar críticamente, e idear soluciones y propuestas¹⁸.

Cuanto más se tecnologiza y se mediatiza la comunicación quebrando las escalas espacio temporales, tanto más constringente se vuelve la comunicación física y directa con el “otro”. Lo que en definitiva acarrea un empobrecimiento de la opinión pública, tanto como espacio comunicacional como lugar de producción de opiniones. “No hay vínculo directo entre interactividad y calidad de la comunicación, pero tampoco existe relación entre el aumento del volumen de mensajes el número de los media y la diversidad de los discursos. La multiplicación de los media no ha aumentado la diversidad de los discursos y de las visiones del mundo... *puede haber más bien hipermediatización y con-*

formismo” (D. Wolton, p.56). La tesis del “pensamiento único” (I. Ramonet) que se desarrollará posteriormente vinculada a la ideología neoliberal.

La comunicación mediática elimina el intercambio y el reconocimiento de la *alteridad*, del “otro”; y sin una comunicación donde los interlocutores alternan sus posiciones del emisor y receptor, donde al mismo tiempo que se comparten la producción de mensajes y sus sentidos, los mismos interlocutores diferencian entre sí sus posiciones ideológicas, sin una tal comunicación imposible cualquier opinión pública.

Es bajo esta específica forma de actuación de los “mass - media” que tiene lugar su *efecto de masificación*, el cual responde a factores en apariencia muy contradictorios: los “mass - media” se han convertido de medios de comunicación de masas en medios de masificación de los individuos y de la misma opinión pública, la cual nunca fue un fenómeno de masas, sino de individualidades de acuerdo al más clásico planteamiento liberal. Si para el

18 “Ciertamente todo es “en directo”, pero en desorden. El “en directo” no es sinónimo de verdad. En otras palabras, la información requiere de distancia. La distancia, es decir aquello contra lo cual se han batido los periodistas durante más de un siglo para hacer una información más cercana de los hechos. El resultado es paradójico: *cuanto más en directo más se requiere reintroducir el repliegue* ... Si todo puede verse, no todo puede comprenderse. El éxito no es sólo acceder al acontecimiento sino también comprenderlo” Dominique Wolton, *Penser la communication*, Flammarion, Paris, 1997.

liberalismo (de John Stuart Mill) el desarrollo de la *individualidad* de los ciudadanos era la condición de posibilidad para que se formaran no sólo los públicos de opinión sino incluso las opiniones del público, será curiosamente el desarrollo del *individualismo*, con sus repliegues hacia lo privado y sus rupturas con “el otro”, el “individualismo posesivo” reforzado por las soledades televisivas, el autismo informático, el aislacionismo multitudinario de las telecomunicaciones, todo ello ha propiciado que los ciudadanos individualistas de las sociedades modernas cuanto más solitarios y aislados unos de otros tanto más se convierten en presas propicias de la masificación mediática: todos pensando, sintiendo, valorando y opinando lo mismo sobre las mismas cosas.

Incomunicados entre sí, incapaces de saber lo que piensan los otros, de disentir o discutir con ellos, de llegar a ponerse de acuerdo, modificando o reafirmando sus posiciones y opiniones propias o las de los otros, perdiendo en definitiva su condición de “públicos” para quedar reducidos a la de “audiencias” los ciudadanos se quedan sin opiniones; o lo que es peor, transforman sus opiniones en verdades. Y lo que es más peligroso todavía, relegados a la condición de “mayoría silenciosa” o “ignorancia pluralista”, dejan de ser parte de una opi-

nión pública usurpada y gestionada por los “media”.

Con el trasfondo de esta problemática, y enfocada desde lo que se *hace público* o publicita, nos encontramos con dos cuestiones. La primera concierne la *calidad* de las opiniones emitidas; lo que se hace público no siempre es lo más interesante, puesto que la *publicidad* no es necesariamente sinónimo de calidad, en cuanto a importancia e información. El segundo cuestionamiento todavía más encubierto por los “media” es que no hay relación directa entre libertad de opinión y la diversidad de opiniones emitidas. El “medio” se ve obligado a una *reducción* del número de puntos de vista u opiniones en debate; y en ocasiones a una *selección* o jerarquización (arbitraria, tendenciosa, sensacional...) entre ellos.

Los sondeos contra la opinión

Nada deforma y falsifica tanto la opinión pública como su reducción numérica y normalización estadística por parte de los cuestionarios y de los sondeos de opinión. Para ser exactos los sondeos de opinión consisten en respuestas que se dan a preguntas (formuladas por el entrevistador). Y esta definición aclara de inmediato dos cosas: que las respuestas dependen ampliamente del modo en que se formulan las preguntas (y por tanto de quién

las formula) y que frecuentemente el que responde se siente “forzado” ¿ Es eso lo que piensa la gente? Entre los múltiples defectos de debilidad (no expresa opiniones intensas y sentidas), volatilidad, improvisación tales opiniones producen un efecto reflectante, un rebote de lo que sostienen los mismos medios.

La deformación de la opinión pública por los sondeos de las encuestas ha generado un doble y cómplice sondeo – dependencia tanto de los políticos como de los mismos medios de comunicación, con el agravante que en lugar de ser como pretenden instrumentos de una demo-poder se convierten en expresión de la mediatocracia sobre los públicos y sobre los mismos políticos. Los medios mediatizan el sometimiento del poder político a los sondeos de opinión.

No es el caso ni el lugar para una reflexión sobre la difícil problemática de las relaciones entre la opinión pública, sondeos de opinión, funcionamiento del espacio público y comunicación política; no se trata tampoco de criticar la existencia de los sondeos que por su carácter público contribuyen a una cierta apertura de la sociedad. El problema surge del desequilibrio actual nacido de su omnipresencia, que vehicula una representación muy particular de la realidad ruidosamente perturbada por los media. La presión de los media a través de

los sondeos sobre la clase política y los gobiernos tienen consecuencias no suficientemente evaluadas. De manera muy simple, a fuerza de reaccionar a los sondeos, estos reproducen su lógica y acentúan así el efecto reflejo.

Por muy útiles que sean, los sondeos no miden más que el primero de los tres niveles de la opinión pública: el que se encuentra ligado a la actualidad y a los acontecimientos: El segundo nivel, más profundo, correspondiente a las opciones ideológicas y a las representaciones, no puede ser percibido más que parcialmente por este modo de registro de la información. El vínculo entre estos niveles es complejo y provoca siempre sorpresas no en los sondeos, sino en el juego social concreto. Hay en fin un tercer nivel que es el de las infraestructuras culturales, religiosas sociales, del que no se conoce mucho ni tampoco como se articula con los otros niveles precedentes.

Las estadísticas pueden ser falsas en sus presupuestos y elaboraciones, por defectos de su aplicación y por la interpretación de sus resultados. En estas falsedades estadísticas de la opinión pública se ejercitan con toda impunidad e insolencia los “mass – media” y sobre todo “para la televisión los cuadros estadísticos – debidamente simplificados y reducidos al máximo – son

como el queso para los macarroni" (Sartori, 1998:91)¹⁹.

A las estadísticas falsas para fabricar o inventar opinión pública hay que añadir como factor de distorsión la entrevista ocasional. Dejando de lado que las entrevistas están siempre "precocinadas" y con una misteriosa frecuencia también misteriosamente "editadas"; lo que significa metodológicamente falsificadas, lo esencial es que la "casualidad" de las entrevistas casuales nunca es una casualidad estadística y el transeunte no representa a nada ni a nadie²⁰.

Mediatocracia contra los públicos

Aunque tanto más necesitadas de mediaciones cuanto más complejas y más democráticas, las sociedades modernas carecen de *mediaciones* en la misma medida que se encuentran saturadas de *mediatizaciones*. La mediatización no reemplaza la mediación humana, es

decir, el conjunto de contratos, ritos y códigos indispensables a la comunicación social y a la vida cotidiana. Cuanto más información y comunicación, transparencia e inmediatez, tanto más son necesarias las mediaciones. Filtros cognitivos. De ahí que la sustitución de las mediaciones sociales por los "mass - media" además de un efecto de conocimiento tenga un efecto de poder.

La *mediatocracia* es un poder que no sólo compite con otros poderes y sectores de la sociedad sino que esta competencia le impulsa a un dominio manipulador de la realidad. "Confunden la luz que hacen sobre el mundo con la luz del mundo. Están persuadidos y esto es sobre todo verdadero para los periodistas, de desempeñar un papel esencial. El enorme sistema de comunicación de nuestras sociedades llega así al resultado paradójico de no aclarar más que un número muy limitado de problemas y de interlo-

19 En su encarnizada crítica a los sondeos de opinión y entrevistas Sartori (o.c., p. 92ss) alerta sobre la manera como las entrevistas casuales son "formidables multiplicadores de estupideces", que trasladadas a los "media" crean opinión. Sobre la relación entre sondeos y opinión pública cfr. D. Graeber, "The impact of media Research on Public Opinion", en *Mass. Communication Review Yearbook*, Sage, Pulb. Londres, 1982; Francis Korn, "Errores eruditos: los sondeos de opinión", en *CLAVES de la razón práctica*, n. 74, 1997.

20 Con poca frecuencia la estupidez recae toda en el mismo media y en el uso de las estadísticas. El domingo 7 de febrero de 1999 - con motivo de la muerte del rey Hussein de Jordania- un diario nacional reproducía una estadística de la AFP con el título "Años en el poder". Con un ignorante desprecio por lo que pudiera significar "en el poder" se trataba por igual al rey de Tailandia (53 años) al príncipe de Mónaco (50 años) a la reina de Inglaterra y al rey de Jordania (47 años) y Fidel Castro (40 años).

cutores. Son siempre, en efecto, las mismas personalidades políticas, culturales, científicas, religiosas, militares... que se expresan en los media. El pequeño círculo mediático alumbrado con su lucecita el pequeño círculo de aquellos que considera como los más competentes para expresarse. Y ambos ámbitos tienen así la ilusión de creer que sólo ellos son representativos de la realidad" (D. Wolton, o.c. pag. 198).

Los "mass - media" han sustituido la problemática *cualitativa* del público por la consideración *cuantitativa* de las audiencias; teniendo en cuenta que la audiencia es una fabricación de los mismos "media": la *reacción a la oferta* de sus programaciones o tirajes y no la *demand* del público refleja la representación que de los públicos se hacen los programadores y los editores de los "media": es en definitiva una *pane-lización* del público.

Con demasiado simplismo e irresponsabilidad se han ideado tres modelos sucesivos de democracia: la *democracia representativa* centrada en el Parlamento, la *democra-*

cia participativa identificada con los movimientos sociales, la *democracia de opinión* asociada con los "mass - media" y los sondeos de opinión²¹. Tales modelos no tienen nada de sucesivos, traducirían más bien otras tantas variaciones morfológicas de la democracia, y de ninguna manera están vinculados a las mediaciones institucionales propuestas (parlamento, movimientos sociales, "mass-media"). Lo que sí parece incuestionable, es que todas estas mediaciones pueden ser tan benéficas como nocivas para la democracia; y que si bien los medios de comunicación social han desempeñado en sus orígenes un papel decisivo en el desarrollo de la opinión pública²², en la actual modernidad los "mass - media" de "contrapoder" asociado al "contrapoder" de la opinión pública se han vuelto un "cuarto-poder", que se refuerza tanto a costa y detrimento de los otros poderes políticos como del mismo contra-poder de la opinión pública.

Sirva de epílogo elocuente una larga cita de D. Wolton (o.c., p.

21 Esto sostienen P. Rosanvallon, *La pensée politique*, t.1 "Situations de la démocratie", Hautes Etudes/Gallimard/Seuil, Paris, 1993; D. Wolton, o.c., 1997. Para un tratamiento de la relación entre "medios" y democracia cfr. B. Berelson, "Democratic Theory and Public Opinion", en *Public Opinion Quarterly*, t. 16, 1952; H. Huber, "Öffentliche Meinung und Demokratie" en *Festschrift für K. Weber*, Zürich, 1950; V.O. Key, *Opinión pública y democracia*, Omeba, Buenos Aires, 1967.

22 Merece citarse a este respecto el clásico estudio de H. Wuttke, *Die deutsche Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung*, Leipzig, 1875.

215) sobre la mediatocracia del moderno periodismo: "El creciente poderío del papel de los periodistas en el espacio público conduce a una degradación de sus relaciones con los otros sacerdotes de este espacio que son los intelectuales. Ayer sus intereses eran comunes, y la historia de la democracia está jalonada de batallas en las que periodistas e intelectuales han marchado mano a mano. Hoy, la mediatización de ciertos intelectuales hace perder a este sector el lugar de experto exterior al juego social que tenía antes. Y la creciente presencia de los periodistas en el espacio público rinde menos útil el recurso a los intelectuales. Al límite, los periodistas estarían mejor ubicados para denunciar las injusticias y ocupar la posición moral de los intelectuales del último siglo. Se encuentran entonces tentados, con algunos intelectuales mediatizados, de transformarse en maestros del pensamiento (*maitres a penser*); por otro lado, escriben cada vez más libros sobre asuntos cada vez más alejados de su competencia estricta. El éxito de tales obras refuerza su legitimidad. La consecuencia es que las élites periodísticas se pone a hablar de *todo*, adquiriendo progresivamente un doble *status*: el de periodista y de

pensador en caliente (*penseur a chaud*) de la sociedad. Así es como algunos de ellos participan a emisiones y son entrevistados por otros periodistas... Pasando del estatuto de persona interrogante al de persona interrogada manifiestan sus cambios de lugar en el espacio público.

En cierta manera una rivalidad se establece entre esta minoría y los otros periodistas. Por qué no? Esto introduce una cierta concurrencia en la interpretación de los acontecimientos, pero el problema viene del hecho que ciertos periodistas consideran que pueden ser los *dos* a la vez. Como también ciertos intelectuales que se comportan simultáneamente como simples periodistas. Se observa así un sesgo del fenómeno de la mediatización: el que consiste en creer que se pueden desempeñar *dos papeles* al mismo tiempo. Una minoría de periodistas intelectualizados y de intelectuales mass-mediatizados se encuentra así constantemente en el centro de los "medios", dispuestos a comentar la historia, de la que no dudan de pensar que ellos mismos son el centro. Aunque no hay evidentemente una relación directa entre comentar la historia y estar en el centro de ella..."