

HACIA UNA DEMOCRACIA DE PERCEPCION

(La Ausencia de la Presencia)

Rafael Cid

Aneca (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación) /UCM

Eje temático: Globalización y Democracia

La representación político-social de los medios y su mutación democrática.

Palabras clave: Democracia, representación y percepción

“Ya no existe lo que podríamos llamar primera naturaleza, la autenticidad de la experiencia de cada uno es producto de la segunda naturaleza, de la avalancha de imágenes de los medios de comunicación” (Elfriede Jelinek. Premio Nobel de Literatura 2004)

La democracia puede morir de éxito víctima de la voracidad de los medios de comunicación. Si las antenas parabólicas de Occidente tuvieron un efecto corrosivo sobre la famélica sociedad civil del Este comunista, anticipando su autodestrucción, el impacto de tradicionales y modernos medios de comunicación sobre la democracia en uso y desuso puede colapsar al menos malo de los sistemas de gobierno conocidos. Mientras, a principios del siglo XX, la prensa redimía su origen espurio de mero trágala publicitario haciendo “presente” lo que poderes varios de la época querían “ausente”, hoy su principal mérito radica justamente en lo contrario. El modelo mediático hegemónico actúa para cambiar el “presente” real y autónomo por lo “ausense” protésico y dependiente.

Al solapar la realidad global enfeudándola al carro de los intereses dominantes, los media colaboran sustancialmente en hacer “ausente” lo “presente”, incitando de paso a la aparición de una “democracia de percepción” de difusa titularidad. La soberanía nacional, de donde emana en teoría el poder político en las democracias, ya no reside sólo en el pueblo sino también en una autista y maleable opinión pública apareada sin solución de continuidad con la opinión publicada.

Se trata, pues, de un viraje equinoccial que precisa para consumarse de la metabolización del concepto de representación, fundamento de la acción política a gran escala. ¿Cómo? A través del mismo proceso de degeneración organizativa denunciado

por Moisej Iakolevich Ostrogorskij, Robert Michels, Vilfredo Pareto y Gaetano Mosca, entre otros, que hizo de la estructura partidaria y su nomenclatura el suplantador de la dinámica transformadora del demos original. A la ya tradicional oligarquización democrática de los partidos hoy se han venido a sumar la devastación provocada por los medios de comunicación, al reclamar para sí valores del siempre conflictivo “modelo representativo” (Hanna Fenichel Pitkin) que hacen del pueblo soberano un agente terminal sancionador de decisiones y deliberaciones ajenas.

La mutación de esa democracia que ha incubado su paso a mejor vida como “democracia de percepción”, no ha venido de adversarios redomados o enemigos declarados. Ha sido precisamente un uso entrópico de la libertad, en su jibarizada versión mercantil, lo que amenaza las bases de su existencia. Al hacer contingente y no sustancial “la expresión de la libertad de expresión”, dada la titularidad privada de sus medios de producción, y por tanto dejar su implementación social como bien de primera necesidad social en manos de sus dueños y amos, se ha fomentado una representación degenerada y dolosa. Esta impronta convierte a la galaxia mediática en una especie de tercera cámara representativa, que, como la “cámara estrellada” de los regímenes tardofeudales, quiere simular una apertura social cuando sólo encubre nuevos “representantes de designación real”. Es un modelo informativo que sirve a la refeudalización social global.

Las llamadas a la regeneración que contienen las teorizaciones de la denominada “democracia participativa” (Philip Pettit y J.G.A. Pocock a la cabeza) no mejoran este pronóstico, aunque sirven para cuestionar la falacia de una imposibilidad física de democracia real en la actualidad mediante la canonización de esos entrometidos media como auténtica “ágora virtual” en la sociedad de masas..

La isegoría (igualdad de habla), isonomía (igualdad legal) y parresía (imperativo de veracidad) no son caducos atributos interactivos de la democracia directa, inaplicables en sociedades complejas e indirectas, sino el AND ineludible para la existencia misma de la democracia cuya impronta los actuales medios ventrílocuos quieren suplantar. La cuestión final es si la autenticidad de la experiencia humana y con ella la construcción social de la realidad será producto de una segunda naturaleza fabricada por los medios de comunicación. Porque todo poder es representación y toda representación prefigura el poder.

Hablar hoy de democracia significa de alguna manera referirnos a autodeterminación, acción directa y autogestión personal. Aunque su praxis haya sufrido profundas

rectificaciones a lo largo de los tiempos, desde la democracia directa ateniense a la democracia representativa vigente siempre se ha presumido la presencia de esos valores pioneros. Da igual que la combinación de isegoría, isonomía y parresía, friso que calificaba la esencia de la democracia griega, sea hoy a su manera un pasado remoto. Tampoco importa demasiado que hasta alcanzar una representación normativizada con el sufragio universal, secreto y directo haya sido necesario experimentar con sistemas imperfectos confiscadores del ejercicio del voto. Históricamente fue una constante ligar democracia a “gobierno del pueblo”, nunca a un privilegio de notables. Quizá por eso tradicionalmente la democracia-fetiché ha tenido tan buena prensa. Aunque a menudo se olvide la juventud de esta democracia indirecta por representativa y representativa por indirecta, que fue instaurada plenamente por primera vez en 1906 en Finlandia y que no alcanzó mayoría de edad hasta el cercano 1965, cuando en Estados Unidos de América se impuso también el voto sin discriminación en el hasta entonces terreno vedado de las elecciones federales.

De hecho, al analizar la democracia representativa realmente existente (indirecta) son mayoría los estudiosos que siguen viendo en los viejos valores “rebautizados” la garantía del concepto. Robert Dahl, por ejemplo, habla de la necesaria existencia de “inclusión” (sufragio universal) y “controversia política” para poder nombrar la verdadera democracia. Otros pensadores añaden a esos dos activos el que los ciudadanos puedan “revocar” a sus representantes. Al margen de que exista un Estado de Derecho y una Constitución, escrita o no, la clave democrática sigue radicando en una cierta idea de soberanía del individuo. Pero sería absurdo negar que a la complejidad física que hizo impracticable aquella democracia directa (de máximos), en el imaginario político de la sociedad de masas el término “representativo” se ha institucionalizado como si de pensamiento único se tratara. Una hazaña intelectual, por cierto, dado que en su literalidad “representación entraña la fictio iuris de que alguien está presente en un sitio en el que se encuentra materialmente ausente” (1993,9). Una abstracción que junto a “Estado”, el mayor artificio “representativo” del sistema político, ha desplazado a los más cercanos conceptos de “Poder” y “Autoridad” como referentes del mismo árbol ideológico.

La lógica cuantitativa de la sociedad de masas, anuladora del pathos cualitativo de la primera democracia, se ha valido del concepto de “representación” para escribir el guión que legitima el nuevo sistema democrático. Y lo ha hecho incorporando la técnica de división del trabajo a la acción política de la sociedad civil, a través de los partidos

como agentes naturales de participación. Se trata, pues, de una transferencia de competencias (y al mismo tiempo de su naturaleza) del individuo a los partidos políticos, con tres primeras consecuencias claras: la recuperación del elitismo; la socialización de lo público por lo privado y el riesgo de alienación para los titulares de la soberanía. Una prueba de tal “divorcio” es la bajísima participación política que registran hoy elecciones y referendos, cuando precisamente la democracia representativa (de mínimos) venía justificada para lograr una más amplia “inclusión” ciudadana en la gestión de las sociedades complejas.

Pero no es esta la principal contradicción del sistema representativo. En realidad la generalización de la participación política, asumida como progreso histórico, había servido para nivelar la “natural” desigualdad en el reparto de la riqueza dando voz y votos a los que sólo eran sujetos imponibles cara al fisco. Basta recordar que en sus orígenes la rebelión de los colonos ingleses en América se hizo al grito de ¡impuestos sin representación es tiranía! Entonces, la democracia representativa se entendía como el modelo que, aún en un entorno de flagrante concentración de recursos económicos, permitía a cualquier persona llegar al Poder, socializándolo de paso con esa demostración de teórica liberalidad. Sin embargo, al desatarse la dinámica elitista que fagocita la representación, el resultado es el contrario: el monopolio de la política por una casta de notables “libremente” elegidos por sus representados. Una vuelta de tuerca que coloca política y economía en manos de unos pocos, “seleccionados” democráticamente porque los medios hacen que la “percepción” de esa delegación sea legítima.

Llegamos así al último eslabón de esta saga-fuga democrática. Su artífice: la irrupción de los media como nuevos representantes de la opinión pública -que es la expresión de la ciudadanía agregada- cuando el desprestigio de los partidos parece tocar techo. Hoy los nuevos púlpitos que adoctrinan a las gentes son los medios de comunicación de masas. El llamado “cuarto poder” se está erigiendo de facto en representante de los ciudadanos, produciendo una opinión pública paulovianamente ahormada para el consenso y el statu quo. Este nuevo proceso constituyente que ocupa a prensa, radio y televisión (¿e Internet?) fomenta una democracia de percepción y promueve la ausencia de la presencia humana, suplantando la voz de los ciudadanos por la de sus ventrílocuos, que a su vez responden estratégicamente a la voz de su oculto amo. Vivimos así el penúltimo tramo de una deriva pseudoaristocrática empeñada en sustituir al ciudadano real por su doble virtual, en relación de muchos a pocos, a través de los

medios de comunicación como terminales del hombre (Marshall McLuhan). La actual representación de los media está alejando al sujeto del objeto, pervirtiendo su lógica emancipadora. Los medios distancian, opacan, en vez de, mediante una pluralidad de información veraz y opinión responsable, ayudar a superar las barreras cuantitativas que impiden al ciudadano alumbrar al espíritu de la auténtica democracia directa, porque el estado actual de la técnica podría servir para salvar la barrera física que implica la palabra “directa”.

Esta ponencia asume, pues, como principal objetivo el de incitar a explorar el cometido que desempeña en la actualidad el concepto de representación sociopolítica en la operativa de los medios de comunicación de masas, e identificar su potencial relación con la crisis de legitimidad de la democracia vigente. Como la libertad de expresión e información han sido universalmente reconocidas, tanto en el vasto discurso académico como en la práctica política, como elementos esenciales para la articulación armoniosa de la vida en sociedad, deberíamos saber, como problema raíz de esta investigación, si el creciente protagonismo político de la opinión pública es parte sustantiva del nuevo paradigma mediático. Una opinión pública manufacturada por los medios (opinión publicada) que, en su dimensión de diario plebiscito refrendatario, les sirve de aval representativo como sí, reinventando a Hugo Grocio, de un vampirizante derecho de prensa se tratara.

Hoy ya no basta sólo con explicar la fenomenología y las potencialidades de las técnicas artificiales de comunicación. El creciente y acumulativo poder de los medios en el discurrir de la existencia de los individuos y de los pueblos parece demandar un análisis de mayor calado que trate de echar luz sobre la naturaleza misma de este proceso de múltiples registros. Si como sostienen cada vez con mayor precisión, contundencia y elementos de juicio muchos especialistas, los medios de comunicación aportan el principal nutriente cognitivo para que las personas se realicen individual y socialmente e interpreten el mundo circundante y sus valores, parece clara la exigencia de testar hasta dónde ha llegado su amenaza.

Todo ello teniendo en cuenta que el déficit democrático que lastra el buen gobierno en nuestras comunidades complejas, y el desarraigo consiguiente, suele achacarse precisamente a una carencia de elementos de información que enriquezcan la deliberación necesaria para una más veraz participación democrática. De tal forma que si, lejos de servir para constatar la presencia soberana de los ciudadanos y sus intereses, la propia inercia de los medios fomenta su ausencia del centro de gravedad del espacio

público, solapando incluso la propia identidad en favor de una nueva suerte de representatividad vicaria, la disidencia entre sujeto-objeto podría alcanzar un punto de difícil retorno, instaurando quizás una mutación de efectos imprevisibles.

Pensamos que el enfoque representacional pretendido en este discurso sobre la calidad de la trabazón existente entre los media y los mecanismos de la teoría democrática, entendida ésta como el método más válido para gestionar la convivencia en las sociedades postindustriales, está aún poco desarrollado y falto de pormenorizado debate. De manera casi general, las investigaciones que hasta ahora se han hecho sobre dicho entorno han incidido fundamentalmente en el aspecto de la capacidad de intermediación de prensa, radio y televisión desde la perspectiva de la conexión, unidireccional o bidireccional, entre un emisor y un receptor, sin apenas ahondar en el sustrato identitario que dicho flujo alimenta. De ahí la justificación y oportunidad, a nuestro entender, de esta perspectiva en profundidad.

Nuestra hipótesis, a la hora abordar el trabajo propuesto, arguye la necesidad, oportunidad y conveniencia de mostrar la raíz de un proceso que intuimos clave en la función representativa de los medios de comunicación de masas. Un acervo consistente en el paulatino y silencioso solapamiento e institucionalización mediática de actividades exclusivamente realizadas hasta la fecha por los partidos políticos y otros organismos representativos y mediadores convencionales.

A fin de mostrar las variables y grandes rasgos que soporta nuestro proyecto sería preciso emplear un método de trabajo especulativo-comparativo, consistente en realizar una atenta lectura deliberativa (en la línea del llamado *content-analysis*) de la última producción intelectual de un grupo de pensadores, expertos y teóricos ad hoc. Personalidades que desde una amplia gama de materias implicadas en la trama, como comunicación, teoría política, sociología, filosofía, historia, psicología e incluso economía, hayan reflexionado en torno al tema. Confrontando estas novedosas aportaciones y su rastro interdisciplinar podríamos ayudar a esclarecer o deconstruir la dimensión del conflicto sobre los límites y carencias del derecho a la información para la formación de una conciencia democrática en la ciudadanía y la gobernación en tiempos de crisis.

El subtítulo *Ausencia de la Presencia* es enunciativo y orientativo. Sugiere una narración del proceso de anulación de la presencia o, si se quiere, una indagación en torno al mecanismo de suplantación del protagonista de la información por su réplica. Por eso en este apunte son limitadas las referencias a los temas clásicos de la mayoría de

los estudios sobre los mass media, y especialmente acerca de su dimensión más celebrada y progresista como eficaces aproximadores culturales, valiosos dinamizadores sociales o positivos agentes de interacción. No es ése el territorio en que se mueve la presente exploración. De suyo, por el carácter fragmentario, episódico e incluso simplificador de su contenido, podríamos calificar este trabajo de “estereotipo”, por usar un término acuñado por el comunicólogo Walter Lippman.

Abundando en la terminología de la disciplina, avanzaríamos que la idea de *Una democracia de percepción / Ausencia de la Presencia* brota de un impulso por desvelar en la postmodernidad la criptografía del famoso paradigma de Harold Dwight Lasswell (“¿quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efectos?”). Tenemos la percepción de que en un mundo inmerso en la compulsión de los medios, hasta el nivel de disputar su capacidad socializadora a los grupos primarios (1), la naturaleza del fenómeno no la determina ya un primer “quién” emisor y un segundo “quién” receptor, equidistantes. Sino que debido a esa sustancial aceleración del contexto, su epicentro y capacidad normativa se ha desplazado desde un representado (el segundo “quién” que en realidad es “quiénes”), idealmente investido de auctoritas, a un representante (el primer “quién”) realmente dotado de potestas, que domina casi en exclusiva también el “qué” y modularía el “con qué”.

¿Y cómo sería esa dimensión? Nuestro análisis incide en el sentido de que la simbiosis del concepto de representación sociopolítica y la prevalencia mediática de una “muestra” de triunfadores y famosos en un universo generalizado de anónimos-invisibles cristaliza en un nuevo paradigma. Sobre todo cuando esa élite de iniciados que se asoman monopolísticamente a los medios de comunicación, según demostraron Katz y Lazarsfeld, se constituyen en los líderes de opinión que vehiculan el *continuum* cultural necesario para fabricar el consenso entre las masas receptoras de los mensajes.

Como escribía en 1867 Maurice Joly en *El arte de medrar* respecto a los juegos de poder de su época, la competencia y la fama han fomentado en la sociedad un estado de guerra regido por leyes donde imperan instintos contrarios a la igualdad (2).

Algunas de las cuestiones básicas a las se trataría de responder con esta hoja de ruta deliberativa serían: ¿Qué importancia tiene la representación frente a la acción directa? ¿Cómo se aborda la cuestión de la representatividad en los medios? ¿Qué modelos de representación mediática existen? ¿Cómo se analiza el vínculo representante-representado en los medios? ¿Cuáles son los tipos de conexión entre influencia de los medios y calidad democrática? ¿Se puede hablar de una centralidad de la representación

mediática en la sociedad contemporánea? ¿Hay medios más representativos que otros? ¿Cuales han sido los mecanismos que han hecho posible el proceso de hegemonía de la representación virtual? ¿Qué perspectivas se vislumbran cara al futuro? ¿Existen mecanismos para manejar el conflicto entre la representación política y la mediática? ¿Es posible la democracia avanzada con medios de comunicación privados? ¿Son los medios fines solapados de la postdemocracia ?

Lógicamente no todos los comunicólogos y estudiosos de referencia reflejan en sus textos cada una de las cuestiones planteadas, por lo que las conclusiones de la investigación que se emprenda deben obtenerse de una valoración conjunta de las pertinentes aportaciones académicas. Pero al levantar acta de la reflexión sobre este corpus doctrinal, en la perspectiva que nos ocupa, podremos hacernos una idea del estado de la cuestión sobre el problema de la representación sociopolítica en la sociedad de la información. Y sobre todo, acerca de su inserción en el debate abierto en torno al concurso de ideas para una revitalización de la mediocracia, término avalado por el Consejo de Europa, en línea con hacerla más próxima a la realidad de las gentes. En suma, de la posibilidad de la formulación de un autodemocracia con ayuda de los medios de comunicación.

La indagatoria anticipada, esbozo de un trabajo en curso más denso y dilatado en el tiempo, analizaría siete grandes planos o apartados, que a su vez dan oportunidad para otras reflexiones colaterales y complementarias. El primero sería una introducción de aproximación al puzzle presencia-ausencia, medios, deliberación y su contexto. El segundo tendría como eje el concepto de representación y su poso en los medios de comunicación, incidiendo sobre todo en la dimensión política de dicha representación, entendido el concepto “política” en su versión más intensa y profunda. Es decir, como pieza maestra del buen gobierno en las sociedades complejas.

En tercer lugar abordaríamos el tema de la comunicación y la información, desde la perspectiva de valores democratizadores de la realidad. Verbigracia, como elementos cognitivos indispensables, tanto en el orden individual como en el social. En este contexto se plantearía el papel de los medios de comunicación de masas como agentes representativos, mediadores interactivos y forjadores de conciencia para la acción política. Y sobre todo avanzaríamos la sospecha de que los mass media convencionales están abandonando la interacción comunicacional humana en favor de una instrucción informativa de remembranzas paulovianas. Esto último en esa línea de la sombra que va de la comunicación analógica a la digital estudiada por Paul Watzlawick.

A continuación expondríamos una meditación intelectual sobre los nexos y complicidades entre democracia deliberativa y medios de comunicación de masas. Y sobre todo de cómo se plantea esa asimilación democrático-deliberativa en el panorama mediático. La profundidad de campo de la información como tejido conjuntivo de lo deliberativo ocuparía en este esquema un lugar preferente. Otro aspecto que impulsa nuestras pesquisas enfocará las presuntas afinidades o incompatibilidades democráticas entre ambos términos.

En quinto lugar pretendemos glosar los parámetros normativos de la práctica informacional. Siguiendo las grandes líneas de la teoría pura del derecho, trataremos de verificar lo que de orden normativo encierra en sí mismo el código de los media. Ello para patentizar que la propia dinámica de jerarquía de valores de los sistemas comunicacionales predispone hacia una segunda naturaleza prescriptiva o proscriptiva, dejando atrás su sustrato descriptivo o meramente informativo, como aporte de hechos para el vigor cognitivo. Lógicamente de ahí se deducirá un encadenamiento asintónico con el sesgo deliberativo de última generación, visualizando el caudal de doble velocidad (tecnológico y político) que impregna a la galaxia mediática.

Seguidamente entraríamos en la dimensión económica-mercantil de los medios, para proyectar hasta qué punto esa dinámica influye en su discurso, tanto axiológica como teleológicamente. Este capítulo se monitorizaría desde la perspectiva de algunas de las más recientes y validadas teorías de la organización, para mostrar los niveles de autonomía, inercias, dependencias o parasitismos de los medios de comunicación en el contexto empresarial. El debate esfera pública-esfera privada y sus consecuencias debe ocupar igualmente un espacio en dicho contexto.

Finalmente -y con carácter previo al análisis de la cobertura deliberativa con que los media de referencia abordaron en España el referéndum sobre la Constitución europea, usado como test dado su impregnación representativa de alta gama-, esbozaríamos un criterio en torno a las nuevas tecnologías y su correlato de sociedad de la información, visto respecto a la cuestión central de la representación política. O sea, no tanto como una panorámica de la abultada historia pendular ya existente sino más bien sobre la manera en que el nuevo horizonte mediático y procedimental se instala en el marco representativo.

Y sería en éste ámbito precisamente donde intentaríamos esbozar lo que a nuestro entender es el señuelo en ciernes para una nueva entronización de los medios gracias a la irrupción de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). La

ciberdemocracia que se avecina será interpretada como un eslabón más – el más radical y portentoso de los conocidos- en la ya larga estirpe que va desde la representación directa a la representación virtual, tras las notables experiencias proyectadas por la prensa, radio y televisión en la fecunda historia de los mass media.

Este breve texto busca revelar algunas cuestiones de calibre sobre la forma y manera en que los modernos medios de comunicación en la sociedad red están trocando su primitiva y positiva representatividad de hacer presente lo ausente por una representatividad viciada y negativa, contribuyendo a legitimar el modelo inverso. Íncubos y súcubos mediáticos democráticos. De donde se deduciría una espada de Damocles para la acción directa y, por ende, la imperiosa necesidad de un nuevo contrato social que incluya lo mediático y evite la obsolescencia totalizadora del mercado. Eso o asumir el riesgo de desterrar la democracia a la fosa común de las utopías, coronando al mismo tiempo el aparato comunicacional del sistema dominante como nuevo sujeto histórico que tenga la trascendental misión de relevar de su cometido primigenio al sujeto-ciudadano concreto. Superada la infancia de los medios, ni hechos ni opiniones son sagrados, sino representaciones, si se ejercitan desde la “ausencia de la presencia”. Desde estos presupuestos se aborda nuestra iniciativa.

Como parece obvio, la conclusión de este trabajo conllevaría un análisis bibliográfico sobre la problemática de la representación política en los medios de comunicación de masas, asumido como un diálogo deliberativo con los autores, que implica la exigencia de tener que formalizarse sobre el consenso de las ideas, opiniones y criterios allí expuestos. Aunque, lógicamente, será un consenso minimalista, ya que resultaría manifiestamente excesivo y reiterativo volver a volcar en estas líneas finales lo dicho in extenso que de común tienen las obras citadas.

De entrada hay que recordar que “representar” significa “hacer presente lo que está ausente”. Desde esta perspectiva, el origen seminal de la “representación” hay que buscarlo en el fenómeno religioso. Aunque quizás con el procedimiento invertido. Mientras que en muchas religiones “Dios” se hace visible ante los seres humanos tras elementos que no le representan, sino que le identifican; que son él mismo en esencia, tal que las sagradas formas, en el mundo laico la autoridad se representa bien mediante otras personas – delegados- o se materializa a través de cosas –la corona, el lictor, las fascas, etc.-. Con lo que, abreviando mucho, podríamos decir que en el distanciamiento espacio-temporal entre el altar y el trono está el maná de la representación política que nos interesa. Y, por ende, del tipo de democracia que sobre dicho principio se asienta.

Aceptado este gran tránsito que ha llevado del estado de naturaleza al estado contractual, el problema de la representación política de los medios se enmarca en un atril de tres patas. La que sostiene esta herramienta de organización social como fundamento de la democracia posible. La que asume la representación como un mal necesario dado la complejidad y gran escala de las comunidades modernas. Y, finalmente, la que privilegia que los medios de comunicación de masas son hoy el ágora donde se ejercita la “política civil” mediante la conformación de la opinión pública.

La disputa, sin embargo, surge cuando nos preguntamos si realmente estas funciones cumplen con las exigencias en ellas depositadas o, por el contrario, devienen en una lógica propia e inerte que sirve para suplantar el ideal democrático. En palabras concordantes con el enunciado de nuestro trabajo: si facilitan la presencia de lo ausente o abisman la ausencia de la presencia. Estamos, necesario es recordarlo, en un tobogán de causas y efectos que ciertamente enredará las respuestas y eliminará la tentación de conclusiones esquemáticas o simplistas.

Y de nuevo nos enfrentamos ante la gran cuestión: ¿quién manda aquí? ¿Los medios? ¿La democracia? ¿La representación? A primera vista podría decirse que el fin -aunque éste es medio también, al fin y al cabo- es la democracia. Que la herramienta que sirve para implementarla es la re-presentación (un vaivén de identidad duplicada). Y que los medios de comunicación son auxiliares sobrevenidos para facilitar un más completo acoplamiento entre estos dos factores y potenciar su excelencia. Pero esto último es sólo una impresión, un prejuicio; el prospecto utilitario-propagandístico que suele acompañar a un nuevo producto cuando sale al mercado. Porque de libremercado hablamos, ya que en la actualidad todo el escenario donde tiene lugar nuestra representación es una democracia input-output, un marco situacional hecho de ofertas y demandas competitivas, donde se intenta legitimar una difusa equidad en un supuesto equilibrio más o menos perfecto entre los vectores concurrentes.

Olvidemos, pues, los cantos de sirena a favor de una “utópica” democracia directa en la que están presentes todos los que son ausentes y viceversa, y consideremos la democracia representativa como la realmente existente. Con esa premisa, la cuestión radica en saber si los medios aproximan la democracia o la alejan. Si están al servicio de los ciudadanos o sólo lo aparentan. En este sentido, muchos autores creen que la respuesta se infiere de la propiedad de los medios. De nuevo, el ¿quién manda aquí? formulado por el personaje de Lewis Carroll. Y por ello blanden su sospecha de que los

medios de comunicación de masas hace tiempo que pasaron el rubicón de la ciudadanía y vivaquean en el campo del Poder.

Los argumentos, al respecto, proceden de todos los calibres, pesos y medidas. Desde quienes dicen que los medios no visualizan los problemas sociales ni sus actores ni sus discursos, hasta los que pretenden que se han erigido en un nuevo carisma, que se justifica así mismo por el sólo hecho de poseer una infraestructura que en teoría permite dar la palabra a los mudos. Esta crítica mantiene que bajo la denominación de opinión pública, un imaginario colectivo con tentación omnisciente respecto a la población, se oculta un intento de encumbrar a los medios como legítimos representantes de la sociedad civil, en posición reverberante respecto a la representación reglada parlamentaria.

Quienes alientan esta posición, además, señalan que éste evidente déficit democrático se hace a costa de malgastar las capacidades transformadoras que los medios en sí mismos albergan. El derroche que denuncian tales sectores tiene que ver con la democracia deliberativa y la capacidad de los mass media, al aportar caudales de información para la reflexión y una mejor participación en la esfera pública, de hacer avanzar la sociedad hacia los valores epistémicos que toda democracia verdadera conlleva. Porque, como escribe Jürgen Habermas, “sólo la discusión colectiva en la búsqueda cooperativa de la verdad es una forma confiable de acceder al conocimiento moral” (1997).

En idéntico registro, los críticos mantienen que en la práctica los medios están reforzando los elementos más inhospitos de la clásica representación política. Exacerban los intereses egoístas de las gentes en vez de trascenderlos para alumbrar la persona moral; fomentan un elitismo representativo que termina derivando en la formación de cárteles dominantes y ayudan a marginar a las minorías por “irrepresentativas”, construyendo de hecho una realidad virtual al servicio de la plutocracia global.

Todo ello ocultando al mismo tiempo las evidentes y en algún caso clamorosas deficiencias de dicho sistema, que en lógica económica no se justificarían si se ponderara adecuadamente su constatada y a veces estrafalaria ineficiencia. Hay un pluralismo, sí, en el mercado representativo, pero es, dicen sus refutadores, la vitola que sirve como coartada para legitimar el liberalismo amañado de los grupos de interés. Con la contradicción de que, si los medios aprovecharan toda su dinámica deliberativa harían posible casi la unanimidad de las opciones, que es la antesala de la autentica pluralidad, con inclusión además de las sensibilidades minoritarias militantes. Sin embargo, al

abdicar de esta misión, los medios refuerzan la regla de las mayorías contables -la ley del número- con menoscabo del indispensable “consentimiento” de los márgenes. Se trata, en fin, de un sistema que al fomentar la ciudadanía pasiva frente a la activa, en un simulacro de “equidad en las audiencias”, refuerza las tendencias absentistas o refractarias de la presencia.

Esta negatividad de los medios de comunicación de masas -que en el caso de la televisión alcanza su máximo clímax oclusivo- se manifiesta en toda su plenitud en esa virtualidad para construir consensos que lleva a convertir al ciudadano en simple espectador y termina enfeudando a la sociedad civil, a la que encima pretende representar, al carro de las “artríticas” democracias parlamentarias. Curiosamente, a fin de calibrar la dimensión del problema, algunas formulaciones para revitalizar la democracia representativa animan a operar en el sentido diametralmente opuesto. O sea, rescatando y potenciando lo que de paradójico tiene la fórmula democrática, en cuanto dialéctica entre adversarios, para construir identidades más allá de la artificial clave de bóveda del consenso, que, como afirma Carlos Santiago Nino, no debería ser aceptado como la última palabra ni incluso en condiciones justas. Como ponderan algunos teóricos, la exacerbación que de lo privado hacen los medios a costa de lo público -que lleva a hombres y mujeres a transformarse en “esferículas”- puede servir para cimentar un ámbito público de la comunicación anclado en los valores del mercado, y suponer la expulsión de dicho escenario de toda discrepancia humana deliberativa no interferida ni mediada.

Frente a estas incertidumbres abundan también los expertos que urgen un nuevo contrato social que tenga en cuenta los activos de la edad mediática y, sobre todo, que se impulse una decidida acción a favor de una alfabetización audiovisual y comprensión de los medios para los sectores futuribles de la sociedad. Si esto se hace, afirman estos investigadores, posiblemente todavía estaríamos a tiempo de invertir o al menos rectificar la deriva de los medios rebelados contra sus referentes. Este grupo sostiene consecuentemente que en las nuevas tecnologías existen enormes yacimientos de democracia deliberativa que podrían hacer reaccionar a las instituciones, vitalizando el incipiente periodismo cívico como cómplice en la profundización de la democracia, e incluso retomando el control del cuadro de mandos de la revolución tecnológica, para ponerla al servicio de una democracia continua.

En este acotado paradigma positivista tienen cabida otras experiencias esperanzadoras. Como la finlandesa, que atisba que otro empleo humanista de las nuevas tecnologías es

posible. O tendencias neofuncionalistas, como la defendida por Jeffrey C. Alexander, que encamina sus preferencias hacia una especie de teoría pura (¿un kelsennianismo informacional?), donde la autonomía de los mediadores y la dinámica interna de los medios aparecen como niveladores sociales no sólo convenientes sino incluso necesarios.

De todo lo dicho, podría deducirse que nos encontramos ante una encrucijada histórica - ¿to be or not to be?-, y que podemos manejar medios para progresar en los fines democráticos afirmando la representación como presencia activa y responsable de la ausencia o sellar la representación política como sarcófago de la presencia. Habría que meditar en por qué casi todos los parlamentos occidentales recuerdan en sus formas arquitectónicas el aroma ateniense de la democracia directa. Si es un signo subliminal de dirección obligatoria para la polis o, en su defecto, tan sólo la huella de un pasado imposible que metaforiza su propia renuncia. Tal parece el destino fisiognómico de la representación en la postmodernidad. Que el original represente a la copia.

El termino “representación” es polisémico y polifónico, admite varios significados y protagonistas, y nada de ello impunemente. Una cualidad que contribuye decisivamente a facilitar su mutación fáctica por parte de los media. Así, el termino “media”, en tanto intermediario (los “medios median”), podría incluirse como uno de esos significados polimórficos de la misma “representación”. Con lo que de ahí a mutar el “sujeto” de la representación político-social desde sus representantes legitimados hasta los media “objeto” sólo hay un trecho, el que “media” entre una voluntad política democrática y otra oligárquica, donde la “representación mediada” se configura como un poderoso factor (medio) de producción de democracia de percepción, eminentemente performativo. Y puesto que en la lógica del sistema, este nuevo medio de producción tiene naturaleza privada., además de una suplantación del agente se origina una transformación in nuce.

Esta deriva de la representación político-social personal, que tiene como sujeto de derecho al ciudadano, hacia la representación mediática integral, que lo aliena y solapa, se instituye con un plus de eficacia para los dueños y controladores de los medios. Frente a la posición unidimensional que tradicionalmente ostenta el ciudadano-productor en el sistema capitalista, en el nuevo paradigma representativo el ejecutante y presunto protagonista no sólo actúa como productor (el colectivo profesional) sino también como consumidor y reproductor, puesto que primero paga por ese servicio al utilizarlo y luego lo pro-paga ideológicamente al validarlo. Incluso, dicha operativa

ejemplifica el espíritu de transferencia de la sociedad del conocimiento: se potencia la indigencia del ciudadano-productor, prescindible por mor de la tecnología, a resultas del ciudadano-consumidor (reproductor), como medida de todas las cosas.

La reciente centralidad de los medios en el sistema de representación tiene asimismo su reflejo causal en el marco de derechos y libertades al hacer técnicamente posible el paso de una sociedad basada en la “libertad como no dominación” a otra basada en la “libertad como no interferencia” (Philip Pettit). Semejante bucle implica un desvanecimiento y deslegitimación de la esfera pública, la interacción social (solidaridad) y la responsabilidad (la virtud de las libertades de los antiguos) a favor de las llamadas libertades negativas (Isaac Berlin), el individualismo propietario (C. B. Mapherson) y la privacy, pautas todas ellas necesarias para garantizar el imperio del mercado global. En la sociedad del conocimiento así contemplada, los medios de información convertidos en legítimos representantes hacen posible el paso del mercado de medio a fin, justificando paladinamente a su manera el maquiavélico axioma de que el fin justifica los medios.

El binomio propiedad-libertad aparece como un factor clave en nuestro análisis sobre la democracia de percepción que muda presencia por ausencia con ayuda de los medios. La representación democrática establecida, que sirve de norma y guía de convivencia reglada en la actualidad, supone tanto una ratificación de autonomía de la libertad como de ejercicio del derecho de propiedad (política), y se ha convertido en una de las señas de identidad del sistema con ventaja frente a sus oponentes totalitarios que censuraban la libertad de expresión en favor de una quimérica hegemonía de la propiedad común. Ahora, defenestrado y desacreditado el adversario global, la transferencia bipolar representacional de los ciudadanos a los medios puede cambiar la naturaleza de la propiedad política como ejercicio de la libertad por un simulacro en donde la propiedad inicial devenga en simple posesión. Lo que significaría, que el modelo de libertad entendida como no interferencia, preconizado por neoliberales y neocons, habría culminado en solipsismo por falta de tutela política efectiva a causa del monopolio de la propiedad privada de los medios.

De ahí su catalogación como “mutación”, que implica cambio de naturaleza, y no únicamente de ruptura, que supondría un cambio de sentido pero no de dirección. Ruptura representacional fue, por ejemplo, la decisión de los colonos británicos de independizarse de la corona inglesa porque no tenían en su parlamento más que una representación virtual y sin embargo eran sujetos imponibles para su tesoro. En el caso

de los medios es diferente, puesto que lo que pervierte la representación es una acción exterior al ciudadano, que emana de la clase dominante, para alterando su conciencia de la realidad construir un imaginario que refuerce el estatu quo con sus aquiescencia. Podría decirse, pues, que es un tipo placebo de representación virtual global.

Roto pues el contrato social inicial se hace necesario elaborar otro contrato social que incluya a los media, su propiedad, uso y naturaleza, para garantizar el ideal democrático de gobierno de la mayoría, en una perspectiva “inteligente” y liberadora, basada en la información veraz y en la deliberación consciente, y no el sesgo autista que demuestra los escasos índices de participación ciudadana en las elecciones. En suma, en este gran viraje que protagonizan los medios de comunicación como representantes político-sociales se ha gestado un cambio de titularidad democrática. Por primera vez de manera generalizada desde la Declaración de Independencia Norteamericana (1776), primero, y la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano (1789), después, queda cimentado urfbi et orbi el desahucio originario del principio de dignidad humana. Se ha pasado del concepto de libertades y derechos como propiedad (derecho de gentes) a otro como posesión (libertades negativas y derechos otorgados), con la consiguiente sacralización del mercado capitalista como regulador moral. Porque la función esencial de la prótesis mediática es hacer del individuo autónomo un individuo autómeta.

El único camino para enfrentar esta mutación democrática en ciernes pasa por un contrato social que incluya a los medios de comunicación en la sociedad del conocimiento como patrimonio social inembargable. Hay que descifrar esa caja negra en que se ha convertido el paradigma representativo, desde un inicial tándem genérico formado por un emisor y un receptor, reos de posible y desigual revocación –proactiva en la versión original y luego sólo reactiva en la modalidad mediática-, a otro casi innato y privado que, de consolidarse, involucraría el ocaso de la esfera pública y por el ende el fin de la política realmente existente. Porque, como han resaltado hace tiempo los comunicólogos, gran parte del material de los medios masivos “describe un mundo que no corresponde al que existe a nuestro alrededor. Este mundo mítico se caracteriza principalmente por una representación excesiva de los poderosos e insuficiente de los miembros de la clases inferiores” (1974, 189). Eso mientras nos preguntamos con Watzlawick si ¿es real la realidad?

(1). A pesar de una acusada desaceleración por la competencia de internet, según datos del Estudio General de Medios de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación,

en 2005 el consumo promedio de TV en España fue de 221,7 minutos persona/día, lo que para un umbral de vida estandar de 80 años significa dedicar casi 12,3 años de la propia existencia a la exposición catódica. En 1948 el promedio en EEUU era de 180 minutos/día.

(2). “La monomanía de la notoriedad, que forma parte ya de las costumbres, ha creado ridículos que ninguna otra época había conocido. Montesquieu decía que el principio de las monarquías era el honor. Digamos pues que el principio de las democracias o de los estados que pretenden serlo es la *gloriola* (famoseo). El público es como ese emperador romano que se hacía mastigar los alimentos para ahorrarse esfuerzos. Recibe su opinión ya hecha en todos los géneros y para todas las obras” (2002, 206-212).

Bibliografía

- Dahl, Robert. *La poliarquía: del autoritarismo a la democracia*. Madrid. Guadiana Publicaciones. 1974.
- Grocio, Hugo. *Del derecho de presa*. Madrid. Centro de Estudios Constitucionales 1987.
- Habermas, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid. Ediciones Cátedra 1997.
- Joly, Maurice. *El arte de medrar*. Barcelona. Galaxía Gutenberg 2002.
- Klapper, J. T. *Efectos de la comunicación de masas*. Madrid. Editorial Aguilar 1974.
- Laclau, Ernesto. *Politics, Theory and Contemporary Culture*. Nueva York. Columbia University Press 1993.
- Lippmann, Walter. *La opinión pública*. Madrid. Editorial C. de Langre 2003.
- Macpherson, C.B. *La teoría política del individualismo posesivo. De Hobbes a Locke*. Madrid. Editorial Trotta 2005.
- McLuhan, Marshall. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México. Editorial Diana. 1973
- Mosca, Gaetano. *La clase política*. Madrid. Fondo de Cultura Económica. 2004.
- Michels, Robert. *Les partis politiques*. París. Flammarion. 1971.
- Nino, Carlos Santiago. *La constitución de la democracia deliberativa*. Barcelona. Editorial Gedisa 1997.
- Pettit, Phillip. *Republicanism*. Barcelona. Ediciones Paidós 1999.
- Pitkin, H. F. El concepto de representación. Madrid. Centro de Estudios Constitucionales 1982.
- Pocock, J.G.A. *El momento maquiavélico*. Madrid. Editorial Tecnos 2002.
- Watzlawick, Paul. *¿Es real la realidad?: confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona. Editorial Herder. 1979