



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

La comunicación política mediática y sus dimensiones sociales

María Trinidad Bretones



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència **Reconeixement 4.0. Espanya de Creative Commons.**

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia **Reconocimiento 4.0. España de Creative Commons.**

This doctoral thesis is licensed under the **Creative Commons Attribution 4.0. Spain License.**

Barcelona 1997.

Título de la Tesis:

**LA COMUNICACION POLITICA MEDIATICA Y SUS DIMENSIONES
SOCIALES.**

Para optar al título de Doctorado en Sociología.

Director: Félix Ovejero Lucas

Autora: María Trinidad Bretones Esteban

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA Y METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS
SOCIALES. DIVISION II.

UNIVERSIDAD DE BARCELONA.

Doctorado: "Sociología de las Organizaciones" (Bienio 1988-90).

PARTE III: LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS Y LA ESTRUCTURA DE LAS SOCIEDADES DE CAPITALISMO DESARROLLADO.

Nuestro trabajo se enmarca en el estudio sociológico de los MCM, por lo que parece pertinente considerar los fenómenos sociales formados alrededor de los MCM a partir de su relación con la estructura social. Condicionados por nuestro objeto, y por la estrategia de investigación elegida (focalizar el estudio de los medios en las sociedades de nuestro entorno), esta parte tiene como objetivo la presentación descriptiva de la estructura social característica de las sociedades de los países de la OCDE (denominadas "sociedades de capitalismo desarrollado" o "democracias liberales", según se ponga el acento en el tipo de sistema económico o se ponga el acento en el tipo de sistema político que las distingue). Por otro lado, como se verá en el desarrollo que sigue, una de las conclusiones de nuestra investigación es que, al menos en condiciones modernas, el sistema político de las sociedades contemporáneas de la OCDE constituye uno de los terrenos (macrosociales) privilegiados para observar el comportamiento de los MCM²⁴¹. Esta parte tiene también por objeto la fundamentación de esta segunda proposición. Como objetivo último, y en la consideración que hacemos de estas proposiciones, primero expresamos la relación relevante que se puede establecer entre los MCM tipo 1 (que definimos en el capítulo 2 de la parte I) y el conjunto de actividades-marco que prefiguran la estructura social de las sociedades consideradas y, en segundo término, establecemos que los medios tipo 1 desempeñan una función estratégica -reproductiva e integradora- del conjunto de relaciones y actividades que se dan en este tipo de sociedades.

²⁴¹ Otro terreno privilegiado para estudiar el comportamiento y los efectos de los MCM son, por supuesto, los procesos de socialización.

1. Una nota sobre la perspectiva estructural en sociología.

Siendo nuestra hipótesis de partida la mencionada, es decir, que una forma privilegiada de comprender la acción y configuración de los MCM consiste en relacionarlos sistemáticamente con las formas de organización social en las que operan, en este capítulo optamos por ofrecer una presentación escueta del significado de la "perspectiva estructural" en la sociología (sin entrar detalladamente en el conjunto de paradigmas y autores que dan cuenta de ella); y, a continuación, justificar las elecciones teóricas que sobre esta cuestión se han llevado a cabo en el presente trabajo y que servirán para referirnos -desde ellas- a la estructura social del tipo de sociedad en la que hemos enmarcado nuestra investigación (la estructura social común a los países de la OCDE²⁴²).

Nuestra aproximación a la estructura social es puramente descriptiva o "morfológica", para usar el término introducido por Durkheim. Sin embargo, esto no significa que ello no entrañe dificultades: la primera se deriva del hecho de que el término "estructura social" sólo parece tener sentido preciso en el uso que hacen cada uno de los paradigmas y teorías generales que se sirven de él; la segunda dificultad se encuentra en que apelar a la "estructura social" remite irremediabilmente al debate -no concluido- sobre la elección metodológica implicada en una "perspectiva estructural" frente a una perspectiva "individualista". No podemos permitirnos aquí -porque nos desviaríamos excesivamente de los objetivos que nos hemos trazado- ni aquella reflexión teórica, ni esta discusión metodológica.

Por tanto, nuestro problema consiste en cómo referirnos a las estructuras sociales -qué son, de qué se componen y qué tipo de actividad social contienen-

²⁴² Por supuesto estas sociedades no son ni mucho menos perfectamente homogéneas. Sin embargo, más allá de las diferencias que presentan, comparten un sustrato común, también en el terreno de su estructura social, que será nuestro foco de atención aquí.

sin quedar atrapados en las dificultades que hemos señalado y que para nuestro propósito son secundarias.

Lo que sigue (en los apartados 1.1 y 1.2) pretende ser una estrategia para abordar el problema, pero también expresa una elección de principio que opta por la perspectiva estructural. Esta elección se justifica por una creencia básica sobre las relaciones sociales -individuales o colectivas- como prefiguradas, antes que individualmente o colectivamente, por un esquema social (compuesto de organizaciones, instituciones, relaciones sociales pautadas y reglas sociales) que "estructura" o condiciona un tipo de conducta social básica respecto de cualquier individuo o grupo concretos. La creencia en este tipo de determinación estructural -que no implica necesariamente una visión determinista- se funda en la incapacidad para imaginar de qué otra manera nos podríamos explicar las "desigualdades" (políticas, económicas o culturales); o la imposibilidad para imaginar explicaciones sobre por qué ciertas formas de organización y de relación se mantienen, incluso, por encima de las necesidades y preferencias individuales; o la imposibilidad para imaginar explicaciones sobre el origen de ciertas preferencias y necesidades, y cómo estas se producen desde ciertas posiciones sociales individuales y no otras, etc. En esta creencia se resume una opción valorativa y una opción metodológica²⁴³ (imprescindible para la visualización general de ciertos fenómenos sociales y la explicación de los mismos).

Pero la elección sobre todo se funda en el objetivo mismo de este trabajo: ¿desde dónde se pueden proyectar explicaciones generales sobre el funcionamiento de los medios de comunicación de masas en su medio social? Necesariamente desde el marco social más general, y mucho más si además

²⁴³ Es una opción metodológica, por otro lado, no excluyente: vemos, al mismo tiempo, "que la explicación del funcionamiento y cambio sociales ha de afrontar lo que J. Coleman denomina el problema <micro-macro>: la compleja síntesis entre datos macro y microsociológicos", tarea en la que es esencial que a la opción de la "perspectiva estructural" le siga "una transición teórica desde los datos sistémicos hasta la acción individual condicionada por esos datos (*transición macro-micro*)", en A. De Franciso, Sociología y cambio social, Ariel, Barcelona 1997, pág. 126.

queremos dar cuenta de las conexiones intrínsecas que caracterizan a medios y a sociedad y por las que se establece el tipo de relación comunicativa que entre ellos se da.

1.1. Presentación de la "perspectiva estructural" por medio de los clásicos.

Las raíces de la "perspectiva estructural" se encuentran ya en la denominada época clásica de la sociología, que en términos aproximados se extiende a lo largo del siglo XIX hasta 1920. En ella se fundan las bases del punto de vista sociológico, es decir, de la peculiar y distintiva forma de aproximarse a su objeto de la nueva disciplina. Es el "punto de vista sociológico" que se encuentra en los trabajos de Marx o los de Durkheim o Weber. Lipset²⁴⁴ se refiere en general a este punto de vista con los términos que siguen:

"El concepto mismo de estructura social, que es básico para todas las variantes del análisis sociológico, parece también confirmar la imagen de una preocupación sociológica por la estática, en el sentido que el término, tal como lo usan muchos sociólogos, refiere a las interrelaciones estables entre las partes de un sistema. (...) En lo fundamental, cuando decimos que ciertos grupos o sistemas tienen una organización o estructura, hacemos referencia a las pautas normativas estandarizadas, derechos, reglas de comportamiento y similares. En consecuencia, en el núcleo del análisis sociológico se encuentra una preocupación por las normas, por las pautas de comportamiento esperadas, contenidas en las mentes de los individuos. El sociólogo, por tanto, se ocupa de todo aquello que sostiene o debilita las normas, incluidas la desviación, la innovación y la rebelión".

En estos términos, "la perspectiva estructural" es compartida por la mayoría de los sociólogos clásicos. De todas formas, una cosa es que la gran

²⁴⁴ S. M. Lipset. "Social structure and social change", capítulo 11 de Peter Blau (ed.), Approaches to the Study of Social Structure. Free Press. Nueva York 1975. Págs. 172-173.

mayoría de los sociólogos clásicos compartieran un punto de vista metodológico, y otra muy diferente es que ello se expresara en un único paradigma teórico estructural en sociología. Como sabemos, ello no sólo no es así sino que, hasta cierto punto, la sociología clásica sienta ya las diferencias teóricas que informan los grandes paradigmas contemporáneos o teorías de la estructura social disponibles para el análisis. Los clásicos muestran una relativa coincidencia sobre una única perspectiva de análisis (estructural o de la estructura social); y una marcada divergencia en la traducción de esa perspectiva en un corpus teórico (una teoría de la estructura social)²⁴⁵.

En términos generales, esta perspectiva tiende a otorgar una importancia relativa superior a la explicación de la sociedad global, de la estructura social y de la integración sistémica, antes que a la explicación del individuo, de la acción social o de la integración social (utilizando los términos de Craib²⁴⁶). Esta perspectiva de la estructura social o "perspectiva estructural" consiste fundamentalmente en atribuir una importancia metodológica central, para proceder al estudio de fenómenos sociales específicos, al conocimiento previo de las formas de organización de la sociedad donde se producen aquéllos. O expresado en términos de Homans²⁴⁷: "[las teorías estructurales en sociología buscan] explicar una institución como parte de una estructura social o sistema social. (...) Este es el tipo de explicación que los científicos sociales tienen en mente cuando presuponen, algo que con frecuencia no pueden demostrar, que

²⁴⁵ Véase al respecto, la síntesis que ofrece I. Craib. Classical Social Theory: an Introduction to the Thought of Marx, Weber, Durkheim, and Simmel. Oxford University Press. Oxford 1997. Pág. 7. En ella identifica tres dicotomías que sintetizan el marco organizador de la teoría clásica por lo que se refiere a la "perspectiva estructural": 1) individuo-sociedad; 2) acción-estructura; y 3) integración social-integración sistémica.

²⁴⁶ Craib, op. cit, pág. 179 y siguientes.

²⁴⁷ George C. Homans, "Contemporary Theory in Sociology", capítulo 25 de Robert Faris (ed.). Handbook of Modern Sociology. Rand McNally. Chicago 1964. Pp. 961-962.

cada institución en un sistema social se relaciona con todas las otras en el sentido de que, una vez producido un cambio en una de ellas, las otras cambiarán también. Por tanto, la naturaleza de cualquier institución particular es explicada por sus relaciones con las otras y por las relaciones de éstas entre sí".

En la orientación de los clásicos seleccionados, sin embargo, este enfoque se distribuye de manera muy desigual. Durkheim y Marx son el núcleo central de esa perspectiva de la estructura, a pesar de que la desarrollan en direcciones muy diferentes. Y Weber, aunque comparte una visión estructural comparable a la de Marx y Durkheim, se orienta de otro lado en la dirección de la acción, no de la estructura. Veamos estas diferencias a continuación.

(A) Durkheim es, sin duda, el que propugna una versión más extrema de la "perspectiva de la estructura social". Citemos, por ejemplo, su propia noción de "sociedad" para captar este punto: "La gran diferencia entre las sociedades animales y las sociedades humanas es que en las primeras el individuo está gobernado exclusivamente desde dentro, por los instintos ... Las sociedades humanas, por el contrario, presentan un fenómeno nuevo, de naturaleza especial, que consiste en que ciertos modos de actuar le son impuestos al individuo, o, al menos, son propuestos a él, desde fuera y se sobreañaden a su propia naturaleza: tal es el carácter de las 'instituciones' "²⁴⁸.

Pero es esta versión de la perspectiva estructural la que probablemente impacta con mayor fuerza en la corriente principal de la sociología contemporánea. Es sumamente conocida la insistencia de Durkheim en el sentido de que el objeto de la sociología debe ser el estudio de los "hechos sociales"; y de que éstos deben ser explicados en términos de otros "hechos sociales". Uno de los sociólogos contemporáneos más representativos de la

²⁴⁸ E. Durkheim, "Una definición de la sociedad" (1917). En Las reglas del método sociológico y otros escritos sobre filosofía de las ciencias sociales. Alianza Editorial. Madrid 1988. Pág. 313.

sociología estructural, Peter Blau²⁴⁹, propone la lectura canónica de esta doble insistencia de Durkheim, que subrayaría que "el núcleo de la sociología consiste en el estudio de la interdependencia entre condiciones sociales, de cómo cada una de ellas depende de otras en la estructura social".

(B) La otra gran influencia sobre la sociología contemporánea es la de Marx. Pero su versión de la perspectiva que estamos considerando, a diferencia de la de Durkheim es, con mucho, menos extrema. En el sentido de que el modelo de análisis que propone, incuestionablemente centrado en la estructura, contiene importantes elementos intencionales -propios de la acción social- que operan en el marco de la estructura social pero con efectos fundamentales sobre ésta, al menos bajo ciertas condiciones²⁵⁰.

Marx no utiliza explícitamente el concepto "estructura social"²⁵¹, un concepto que pasa a ser moneda corriente en la sociología sólo en el siglo XX. Sin embargo, este concepto se halla en estado práctico en su obra, como ha mostrado Porpora²⁵², con un significado que en lo fundamental hace equivaler "estructura social" y "estructura de clases". Veamos a continuación el modelo que propone Marx, en una versión simplificada, según la formulación reciente de Sztompka²⁵³.

²⁴⁹ Peter Blau. "Objectives of Sociology". En R. Bierstedt (ed.). A Design for Sociology: Scope, Objectives and Method. American Academy of Political and Social Science. Philadelphia 1969. Pág. 52.

²⁵⁰ Para una conocida y autorizada exposición de este dualismo en el modelo estructural de Marx, véase Charles Tilly, From Mobilization to Revolution. Random House, Nueva York 1978. Capítulo 2.

²⁵¹ Utiliza el término ocasionalmente (por ejemplo, en La ideología alemana, K. Marx y F. Engels, Grijalbo, México 1968) pero no como concepto teórico.

²⁵² Douglas V. Porpora. The Concept of Social Structure. Greenwood Press. Nueva York 1987. Especialmente capítulos 7 y 8.

²⁵³ Para este propósito nos apoyamos centralmente en el estudio de Piotr Sztompka, Sociología del cambio social. Alianza Editorial. Madrid 1995. Capítulo 11. El diagrama reproducido aquí procede de la pág. 200. La propuesta de Sztompka es útil y globalmente innovadora.

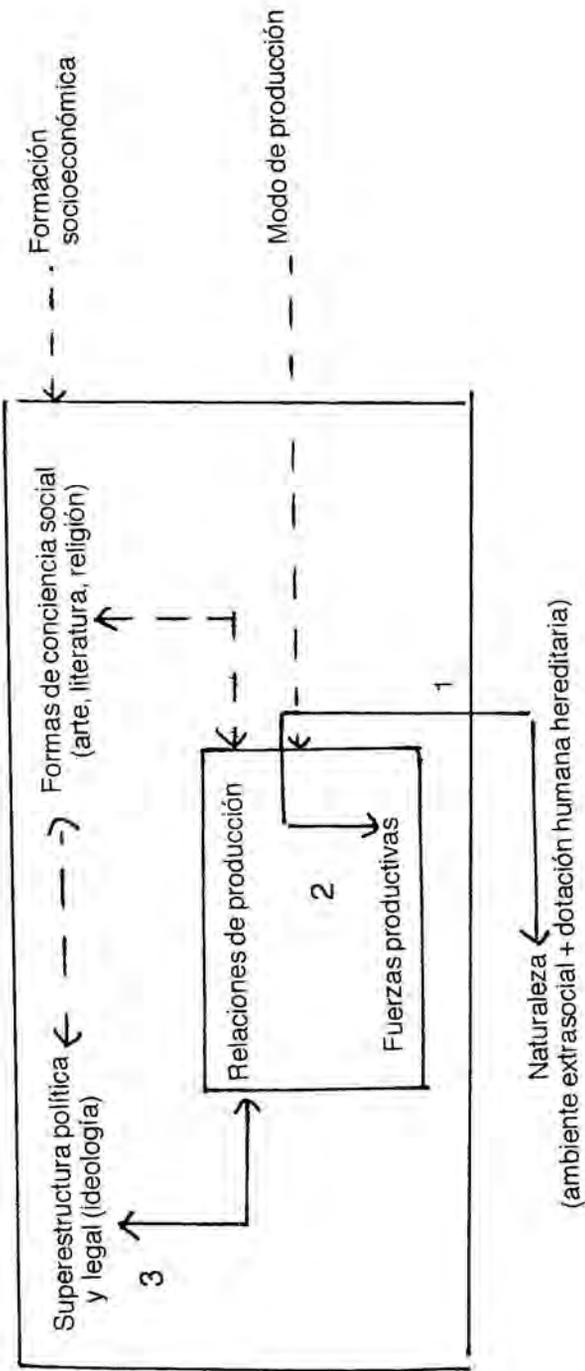


Figura 8: La concepción de Marx sobre la estructura social.

La visión de Marx sobre la estructura social queda bien captada en esta figura. La "estructura social" en el sentido marxiano tiene dos significados. En sentido restringido, como núcleo, es la estructura de clases sociales que deriva de las relaciones de producción, o conjunto de posiciones ocupacionales generadas estructuralmente por el sistema social en presencia (el capitalismo, supongamos). En sentido amplio, designa el conjunto de grandes complejos institucionales (estructuras sociales) que organizan la vida social en un sistema social específico (las estructuras representadas en la figura):

a. Las fuerzas productivas: la infraestructura tecnológica y las relaciones técnicas necesarias para producir el conjunto de bienes y servicios necesarios para reproducir la sociedad, con todas sus instituciones asociadas.

b. Las relaciones de producción: las relaciones sociales derivadas de la interacción entre las posiciones ocupacionales exigidas por el sistema económico, las formas institucionales derivadas (asociaciones profesionales, etc.), sistemas de autoridad etc.

c. (a) y (b) forman la "base" o "infraestructura económica". Esta se relaciona con -y en parte determina a- otro complejo institucional designado como "superestructura".

d. El primer componente de esta última es la superestructura jurídico-política: el conjunto de normas legales, instituciones políticas y, en general, mecanismos institucionales de refuerzo de las relaciones de producción existentes. El segundo componente es la superestructura ideológica: las formas de conciencia social tal como se desarrollan en ideas, normas, valores, formas estéticas, etc.

(C) El caso de Weber es el más pluralista de los aquí considerados: contiene direcciones diversas para la orientación de la sociología, y ninguna de ellas perfectamente dominante. Veamos:

a. Como indica Craib²⁵⁴, "la sociedad" es una realidad muy frágil en la propuesta de Weber. Tanto es así que un estudioso de su obra ha encontrado este concepto -"sociedad"- citado tan sólo dos veces en el conjunto de su voluminosa Economía y sociedad²⁵⁵.

b. Weber propone claramente una lectura individualista metodológica de su sociología. Por un lado, al focalizar el análisis sobre las acciones del individuo racional. Pero también al considerar a los individuos como actores genuinos capaces de interpretar sus realidades sociales y, a partir de ellas, iniciar acciones intencionales²⁵⁶.

c. Sin embargo, pese a lo dicho en (a) y (b), la sociología de Weber también contiene un punto de vista estructural. Como destacan Gerth y Mills²⁵⁷:

"Weber construye la dinámica social en términos de un análisis pluralista de factores, los cuales pueden ser aislados y evaluados en términos de su respectiva importancia causal. Ello se consigue a través de análisis comparativos entre unidades sociales de procedencia cultural distinta. Esto no supone que Weber carezca de concepciones totales sobre las estructuras sociales.

²⁵⁴ I. Craib, op. cit. pág. 143.

²⁵⁵ El título de Economía y sociedad fue obra no de Weber sino de su esposa. El título original era el de "La economía y los órdenes y poderes societarios". Véase Stephen Kalberg. Max Weber's Comparative-Historical Sociology. Polity Press. Cambridge 1994. Pág. 23.

²⁵⁶ Véase la traducción y anotaciones de S. Giner a M. Weber, La acción social: ensayos metodológicos, Península, Barcelona 1984, "La naturaleza de la acción social".

²⁵⁷ H.H. Gerth y C. Wright Mills (eds.). Marx Weber: ensayos de sociología contemporánea. Ed. Martínez Roca, Barcelona 1972, pág. 84.

Al contrario, a medida que se va aproximando a un análisis de la era contemporánea se muestra dispuesto a hablar del capitalismo como una unidad. La unidad aparece como una configuración de instituciones que, por la lógica de sus propios requerimientos, limitan cada vez más el número de opciones reales abiertas a los hombres."

El enfoque de Weber, en conclusión, subraya la estrecha vinculación entre la acción individual y las estructuras sociales. Y en este sentido es también parte del punto de vista estructural característico de la sociología, según hemos subrayado más arriba con la cita de Lipset, a pesar de que, por otro lado, su enfoque se materializa de manera muy divergente a las propuestas de Marx y de Durkheim.

Como ya hemos mencionado, la coincidencia del grueso de la sociología en una perspectiva relativamente compartida, la perspectiva de la estructura social, no acaba produciendo sin embargo, como sabemos, una única teoría de la estructura social; es decir, un único gran paradigma sociológico sobre cómo explicar las formas de organización social en las comunidades humanas. De hecho, las diferencias que hemos señalado entre los enfoques de Marx, Durkheim y Weber son el origen de otras tantas tradiciones o paradigmas de la estructura social. Durkheim da origen al paradigma estructural-funcional a través de la obra de sus discípulos antropólogos británicos (Radcliffe-Brown y Malinowski) y los trabajos de la escuela de Talcott Parsons en Estados Unidos. Marx da origen al paradigma conflictivista de la estructura social. Y Weber constituye, en parte una fuerte influencia en la teoría estructural-funcional, y en parte una apertura a los intentos contemporáneos de establecer un paradigma de la acción intencional (Coleman, Boudon).

La estrategia de reunir a los clásicos para introducir la "perspectiva estructural" nos ha permitido desviarnos de los debates teóricos (innecesarios para nuestro objetivo y en los que no creemos poder aportar aquí nada sustancial) que suscita y, al mismo tiempo, nos ha permitido delinear nuestra preferencia

por la "perspectiva estructural" en un sentido no excluyente (que, en cierta forma, propicia la sociología weberiana).

1.2. La estructura social implícita en la denominación de las "sociedades complejas".

Nuestra estrategia se concreta ahora en intentar referirnos a la estructura social desde aquello que la compone y la caracteriza en las sociedades de nuestro entorno.

El germen de la estructura social de las sociedades de capitalismo desarrollado se encuentra en los procesos de "modernización" que acompañan a la implantación de los sistemas sociales industriales y capitalistas, aproximadamente, a partir de 1750. Una manera de referirnos a estos procesos, sin abandonar la perspectiva estructural, es mostrar la complejidad social relativa a la que se hace referencia con los términos "modernización" o "sociedad compleja", respecto de las "sociedades simples" o "sin procesos de modernización".

No pretendemos dar cuenta exacta de los fenómenos sociales que caracterizan la "modernización", la "industrialización", o el "capitalismo industrial", sino sólo de aquellos anclajes "estructurales" que tienen origen en el inicio de estos fenómenos. Con tal objetivo, nos servimos de la descripción que Smelser²⁵⁸ hace de estos fenómenos, por medio de la cual pretendemos identificar qué tipo de marco básico compone la "estructura social" que esos procesos están contribuyendo a configurar, identificándolo como el punto de partida para la descripción de la estructura social que nosotros requerimos en este trabajo.

²⁵⁸ N. J. Smelser. "Hacia una teoría de la modernización", en A. Etzioni y E. Etzioni (ed.), Los cambios sociales, FCE, México 1992, págs. 235-249.

Smelser centra el análisis del proceso de modernización mostrando los cambios sociales que acompañan al desarrollo económico (motor o elemento determinante de este proceso). La muestra de estos cambios consiste en una identificación sistemática de los mismos hasta construir un "tipo ideal" del proceso de modernización. Estos cambios sociales, una vez identificados, expresan una caracterización abstracta de los núcleos relevantes del proceso de transformación a gran escala que se denomina "modernización".

Al desarrollo económico o "crecimiento de la producción por habitante" le acompaña un proceso de cambio de las estructuras sociales; los parámetros del cambio se expresan en nuevos rasgos estructurales identificados como:

- el conjunto de nuevas tecnologías fundadas en el saber científico que dejan atrás a las tecnologías basadas en técnicas simples y tradicionalizadas (éstas se reconocen en su aplicación en el trabajo agrícola y el trabajo industrial, en los que se generan bienes producidos industrialmente por medio de esas nuevas tecnologías);

- el conjunto de nuevas tecnologías se plasman en un "proceso industrial" que establece las condiciones y formas de relación vinculadas al trabajo que, a su vez, tiene efectos sobre la forma de la "estructura social" que organiza los procesos de trabajo;

- el proceso de industrialización requiere de nuevas formas de organización al servicio del proceso de trabajo (industrializado) y que el mismo proceso va generando: la plasmación "estructural" de organizaciones industriales que generan, no bienes, sino "servicios";

- el proceso de industrialización requiere y genera nuevas formas de ordenación -espacial y geográfica- de los centros donde los individuos desarrollan sus vidas: los centros urbanos.

Para Smelser estos son los cuatro procesos básicos que se contienen en el tipo ideal de la "modernización" y que, en conjunto, se traducen en tres tipos de cambio estructural:

1. La diferenciación o especialización estructural²⁵⁹, esto es, la creación de unidades especializadas de actividad que operan, a la vez, como unidades de organización de la conducta social que en ellas tiene lugar;

2. La integración de las unidades especializadas²⁶⁰, por medio de la creación de nuevas unidades encargadas de la tarea de conexión de actividades y/o encargadas en la tarea de integración de organizaciones que desarrollan actividades sociales diversas;

3. La emergencia de "perturbaciones sociales" -que acompañan a los otros dos cambios estructurales- que demandan nuevas unidades especializadas en la organización social y nuevas unidades de integración de la organización social; estas nuevas unidades especializadas se caracterizan por el hecho de que su actividad es, directamente, la organización social.

²⁵⁹ La definición que nos ofrece el autor al respecto: la diferenciación estructural se concibe como un proceso mediante el cual "un papel social o una organización social se diferencia en dos o más papeles u organizaciones que funcionan más eficazmente en las nuevas circunstancias. Las nuevas unidades sociales son estructuralmente diferentes entre sí, pero tomadas en su conjunto su función equivale a la unidad originaria". Ejemplos de esta diferenciación estructural lo constituyen la multiplicación de empresas especializadas en la realización de una parte de un producto determinado, o la especialización de las actividades que lleva a cabo la familia (de la que se han excluido parcialmente las tareas educativas, o se ha especializado en un determinado tipo de aprendizaje, y sanitarias de sus miembros), o los sistemas de estratificación. Smelser, op. cit. págs 237-8 y ss.

²⁶⁰ "Las estructuras integradoras resultantes coordinan y consolidan -con éxito variable- la estructura social que las fuerzas diferenciadoras amenazan con desintegrar". Ejemplos de ellas son: sindicatos, partidos políticos y el conjunto de organizaciones de que se compone la estructura política. Smelser, op. cit, pág. 244.

Para Smelser, el tipo de sociedades que arrancan del proceso de modernización se caracterizan por ser "sociedades complejas". Estas son "complejas", en primer lugar, porque han multiplicado considerablemente el número de organizaciones e instituciones sociales que las componen (por medio de una primera diferenciación e integración estructural, y por medio de una segunda diferenciación e integración -que se superpone a la primera- necesaria para anticipar el orden social que demandan las nuevas "perturbaciones" que genera la primera).

Lo que sobresale en este tipo de descripción de la estructura social de las "sociedades complejas"- como el mismo Smelser las denomina- es la distancia o las múltiples mediaciones que intervienen en la relación individuo-sociedad: ni el individuo es directamente intervenido por ningún orden social (sólo es afectado directamente por el orden social de las organizaciones e instituciones en las que interviene); ni la sociedad -en su conjunto- puede ser directamente intervenida por una organización, una institución o individuos concretos. Pero el abismo mayor que se produce (en las múltiples mediaciones que afectan a la relación individuo-sociedad) es el de la desconexión comunicativa que se puede establecer entre individuo y sociedad. En las múltiples mediaciones compuestas de unidades especializadas y de unidades integradoras, los medios de comunicación de masas parecen ofrecer la solución a esa desconexión y, en términos de Smelser, formarían parte -como uno de los resultados estructurales- del proceso de integración que caracteriza a las sociedades complejas actuales, pero que tienen su origen en el proceso de modernización.

En esta complejidad que caracteriza a las sociedades contemporáneas consideradas -sociedades de capitalismo industrial y democracia liberal-, los medios de comunicación de masas constituyen una de las vías por las que se garantiza el mantenimiento o estabilidad del sistema, por medio de la integración comunicativa que facilitan entre las partes. Con ello aportan, adicionalmente, un grado mayor de complejidad:

"Así, la estructura de la comunicación social refleja la estructura y el desarrollo de la sociedad. La dimensión de la actividad comunicativa (el desarrollo de los medios de comunicación de masas y de sus audiencias, la transferencia de los roles comunicacionales individuales de la sociedad tradicional a organizaciones, la extensión y multiplicación de los canales comunicativos) es un reflejo del desarrollo económico de una sociedad."²⁶¹

Teniendo en cuenta que la Parte IV de este trabajo se concentra en el sistema político de las sociedades capitalistas contemporáneas, es oportuno completar este epígrafe con las observaciones que aporta R. Dahl sobre la "complejidad" de este sistema:

"A pesar de que la complejidad ha mostrado ser ella misma un concepto complejo, podemos retener un significado, suficiente para nuestra discusión aquí, diciendo que la complejidad aumenta con el incremento de la variedad y cantidad de subsistemas relativamente independientes y con el incremento de la gama de variación de relaciones posibles entre los subsistemas. A medida que la complejidad aumenta en un sistema controlado centralmente, los que están a cargo de su conducción necesitan más y más información para evitar el desastre y no digamos ya para aproximarse al destino elegido. Y sin embargo, en los modernos países democráticos, la complejidad de las pautas, procesos y actividades de un gran número de organizaciones relativamente autónomas ha sobrepasado a la teoría, a la información existente, a la capacidad del sistema para transmitir tal información y a la capacidad de los representantes para comprenderla."²⁶²

²⁶¹ W. Schramm, "Communication development and the development process", en L. W. Pye (ed.), Communications and Political Development, Princeton, New Jersey 1967, pág. 34.

²⁶² R. Dahl, Dilemmas of Pluralist Democracy, Yale University Press, New Haven 1982, pág. 52.

2. La descripción de la estructura social.

Además de paradigmas teóricos de gran generalidad como los citados derivados de Marx, Durkheim, etc., los estudios sociológicos de la estructura social han generado un segundo nivel de análisis en forma de modelos operacionales, es decir, modelos orientados a la investigación empírica. Esta dualidad de niveles es a primera vista un tanto extraña, pero responde en realidad a una razón clara. Es el reconocimiento tácito del carácter limitado de esos paradigmas en cuanto a su capacidad analítica y de guía de estudios empíricos particulares sobre la estructura social; lo que proporcionan a los investigadores, realmente, es un sistema de hipótesis preorientadas y de presupuestos teóricos muy generales con los que encarar los trabajos empíricos, más que una teoría propiamente. Por otro lado, complementariamente, es conocida la característica orientación sociológica simultáneamente a la teoría y a la investigación empírica; la sociología, en este sentido, tiende a producir teorías expresamente orientadas a materiales empíricos, es decir, teorías o modelos operacionales. Este ha sido el caso también en el área de estudios de estructura social.

Existe por tanto, además de los grandes paradigmas generales sobre la estructura social, un segundo nivel de estudio cuyo alcance es mucho más modesto teóricamente. Esta posibilidad ya fue señalada por S. F. Nadel en su influyente Teoría de la estructura social²⁶³ :

" Los últimos pasos de este estudio acerca de la 'significación real' de la estructura social nos han mostrado que se trata de un instrumento conceptual a la vez más y menos poderoso de lo que a menudo se supone. (...) Parece imposible hablar de estructura social en singular. El análisis en términos de estructura es incapaz de presentar sociedades enteras; ni tampoco -lo que equivale

²⁶³ S. F. Nadel, Teoría de la estructura social, Guadarrama. Madrid 1966. Traducción de Manuel Sacristán. Págs. 230-233.

a lo mismo- puede decirse que ninguna sociedad presente una estructura total y coherente, en el sentido en que entendemos el término. Hay siempre hiatos, disociaciones y enclaves, de tal modo que toda descripción que pretenda presentar una sola estructura presentará de hecho una imagen fragmentaria o unilateral. (...)

Así definida, la estructura social (que se usará siempre en plural al aplicarse concretamente) parece tener escaso valor informativo. Nos permite resumir y visualizar situaciones complejas en forma de esquemas, diagramas y fórmulas. (...) Pero lo que hace del análisis estructural información en un sentido serio no es, según me parece, la imagen posicional final, sino los pasos que llevan a ella. (...) Pues precisamente en el curso de esa aplicación de los métodos analíticos conseguimos una visión interna del funcionamiento de la sociedad."

La propensión de muchos sociólogos empíricos a este tipo de modelos descriptivos de la estructura social, con relativamente poco poder informativo pero excelente medio de acceso a esa visión interna del funcionamiento de una sociedad que señala Nadel, ha permitido a Homans conceptualizar esta variante de las "teorías estructurales" como sigue²⁶⁴:

"En principio, no hay razón alguna que aconseje no usar teorías estructurales -que se pueden también llamar teorías de campo- para explicar la existencia de cualquier característica de cualquier configuración social. Pero en sociología se han usado con la mayor frecuencia, aunque en forma de esquemas, para explicar una institución como parte de una estructura social o un sistema social".

Dado que nuestro trabajo se orienta a ofrecer finalmente una modelo operativo o de análisis de la comunicación de masas, y específicamente de la "comunicación política mediática", reconocemos una vinculación reflexiva con

²⁶⁴ George C. Homans, "Contemporary Theory in Sociology", op. cit. pág. 961.

la "perspectiva estructural" (que hemos definido, al inicio de esta parte, por medio de una síntesis selectiva de la sociología clásica) y asumimos las implicaciones de ésta, pero optamos por agilizar la posibilidad de nuestro objetivo partiendo directamente de la descripción de algunas de las imágenes asociables a la estructura social de las sociedades de los países que componen la OCDE.

(A) La "sociedad informacional" y los MCM.

M. Castells²⁶⁵ nos ofrece una visión macro de las sociedades contemporáneas de la OCDE, al tiempo que caracteriza el tipo de "revolución informacional" que éstas han sufrido, característicamente en las últimas décadas, por medio del desarrollo del proceso productivo.

La propuesta de M. Castells tiene dos ventajas para nuestros propósitos aquí. Primera, es un modelo descriptivo u operacional de la estructura social de las sociedades que son nuestro objeto de atención prioritario, las sociedades contemporáneas de la OCDE. Segundo, tiene en cuenta las fases de transformación de la sociedad capitalista y, en este sentido, encaja y arranca -al hilo de nuestra propia exposición- del proceso de modernización y complejización progresiva que caracteriza a estas sociedades (completa la visión que hemos ofrecido, con Smelser, sobre los ejes iniciales de la modernización y complejización de nuestras sociedades). Veamos cuál es el esquema de la estructura de nuestra sociedad que denominamos "sociedad informacional":

1. Castells define las sociedades como "constituidas por una compleja red de relaciones históricamente específicas que son una combinación de modos de

²⁶⁵ Salvador Aguilar, Estructura social i acció col.lectiva: la lògica de l'acció sindical, tesis doctoral, Universidad de Barcelona, Barcelona 1994. Manuel Castells, La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional, Alianza Editorial, Madrid 1995.

producción, modelos de desarrollo, experiencia, poder y cultura"²⁶⁶. La imagen de una sociedad vista a través de su esquema se organiza alrededor de las habituales dimensiones macrosociológicas de "economía", "política" y "cultura", a las que debería añadirse la dimensión más física de "población y territorio" (sólo en parte aludida en el concepto de "experiencia". La "experiencia" es "la acción de los seres humanos sobre sí mismos dentro de las varias dimensiones de su entidad biológica y cultural en una búsqueda inextinguible de satisfacción de sus necesidades y deseos" y "se estructura alrededor de relaciones de género/sexo"²⁶⁷). En el desarrollo de su modelo, y "dado el particular interés de investigación de este trabajo sobre la relación entre cambio tecnológico y reestructuración económica"²⁶⁸, todas las dimensiones señaladas -"política", "cultura", "población y territorio"- son apenas tratadas en detalle ya que "el esfuerzo de definición teórica se concentrará en la estructura y la lógica del proceso de producción"²⁶⁹.

2. La producción es "el acto intencional del ser humano de apropiarse y transformar la materia, obteniendo de ese modo un producto". Intervienen en ella:

a) Un conjunto ocupacional donde debe diferenciarse entre "fuerza de trabajo" y "organizadores de la producción", es decir, respectivamente el trabajo manual y el trabajo intelectual de organización y gestión del trabajo de otros.

b) La materia prima, objeto de la producción, incluye a la naturaleza; a la naturaleza modificada por el ser humano; y a la materia producida por éste (que

²⁶⁶ M. Castells, op. cit. pág. 34.

²⁶⁷ M. Castells, op. cit. pág. 30.

²⁶⁸ M. Castells, op. cit. pág. 31.

²⁶⁹ Idem.

incluye una "materia inmaterial" o conjunto de símbolos y códigos comunicacionales que son generados por la mente humana).

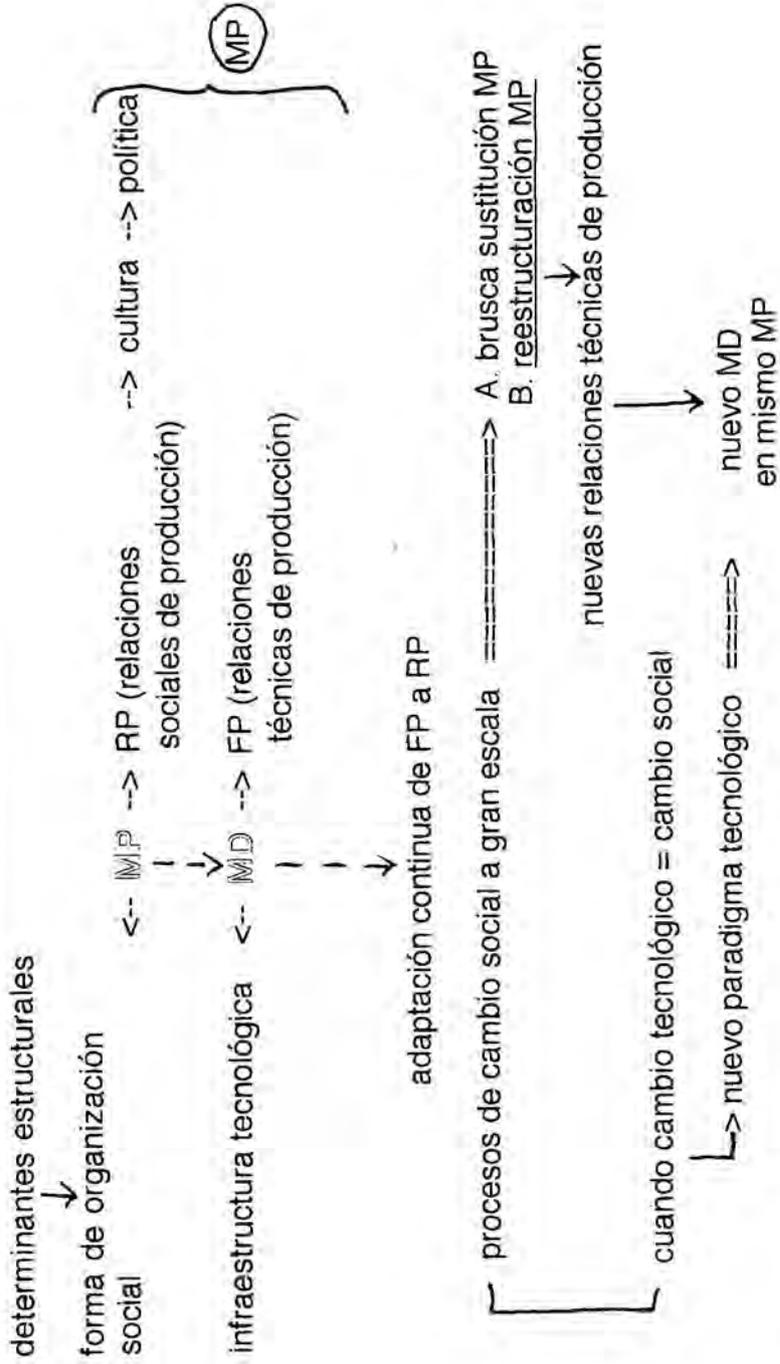
c) Los elementos que entran en la relación entre fuerza de trabajo y materia durante el proceso de trabajo son: los medios de producción para actuar sobre la materia; la energía y el conocimiento necesarios para ello; y la tecnología.

d) La combinación de los elementos (a) (b) y (c) da lugar a un producto social que consta de dos componentes. El primero es el producto destinado a reproducir la sociedad. No sólo en un sentido de reproducción material de ésta. Incluye: la reproducción del trabajo; la reproducción de las instituciones sociales (requeridas por las relaciones de producción existentes); y la reproducción de los medios de producción y la base tecnológica existente. El segundo componente del producto social, estratégico en la historia de la humanidad, es el producto excedente, una parte del cual se destina a consumo y otra a inversión.

e) El producto excedente es doblemente importante. Por un lado, es la base de generación de una estructura de clases. Por otro, y a través de la interacción entre los procesos de producción y la estructura social, ésta última determina unas ciertas reglas de apropiación y distribución del excedente (lo cual es uno de los principios estructurales de la sociedad de que se trate).

Castells, por tanto, identifica el proceso de producción como núcleo central de la estructura y organización sociales:

Cuadro 7. El núcleo de las relaciones sociales según Castells



Donde:

- MP = modo de producción
- RP = relaciones de producción
- MD = modo de desarrollo
- FP = fuerzas productivas

Por otro lado, según se recoge en la parte inferior del cuadro anterior, M. Castells introduce el concepto de "modo de desarrollo" para dar cuenta de los procesos de cambio social (dimensión dinámica del modelo). Véamos cuál es la argumentación central:

- El **modo de producción** (MP) lo entiende Castells tanto en el sentido de Marx como forma general en que se estructura una determinada sociedad (MP en un círculo a la derecha del cuadro), como en un sentido restringido o de núcleo (la "manera de producir" que configura la organización social en su núcleo: las relaciones sociales de producción, MP en el centro de la parte superior del cuadro). Las fuerzas productivas (FP) son entendidas, no sólo como "medios de producción", sino como relaciones técnicas de producción (por ejemplo, la cualificación de la fuerza de trabajo). Las FP se entienden como subordinadas a las relaciones sociales de producción. Y la relación entre MP y MD es la relación estratégica que dinamiza a una sociedad.

- Los **modos de desarrollo** (MD)

"son las formas tecnológicas mediante las cuales el trabajo actúa sobre la materia para generar el producto, determinando en último término el nivel de excedente. Cada modo de desarrollo queda definido por el elemento que es fundamental para determinar la productividad del proceso de producción. En el modo de desarrollo agrario, los incrementos en el excedente son resultado de un incremento cuantitativo del trabajo y de los medios de producción, incluida la tierra. En el modo de desarrollo industrial, el origen del incremento del excedente se basa en la introducción de nuevas fuentes de energía, así como en la calidad del uso de dicha energía. En el modo de desarrollo informacional (...) la fuente de la productividad se basa en la calidad del conocimiento, el otro elemento intermediario en la relación entre fuerza de trabajo y medios de producción. Se debe comprender que el conocimiento interviene en todos los modelos de desarrollo, ya que el proceso de producción está basado siempre en

algún nivel de conocimiento. De hecho, esa es la función de la tecnología, ya que la tecnología es 'el uso del conocimiento científico para especificar maneras de hacer las cosas de un modo reproducible' (H. Brooks). Sin embargo, lo que es específico del modo de desarrollo informacional es que en este caso el conocimiento actúa sobre el conocimiento en sí mismo con el fin de generar una mayor productividad. (...)

Las relaciones sociales de producción, definiendo modos de producción, y las relaciones técnicas de producción (o fuerzas productivas), definiendo modelos de desarrollo, no se superponen, aunque sí interaccionan en las sociedades contemporáneas. En este sentido puede llevar a equívoco pretender que el modelo informacional de desarrollo (o sociedad post-industrial) reemplace al capitalismo, ya que, según indicaron Alain Touraine, Radovan Richta y Daniel Bell hace años, se trata de diferentes niveles analíticos refiriéndose uno [el capitalismo] al principio de la organización social y otro [el MD informacional] a la infraestructura tecnológica de la sociedad."²⁷⁰

¿Cómo cambian los sistemas sociales? M. Castells describe los cambios sociales a partir de transformaciones que operan en los modos de producción y en los modos de desarrollo:

1- Los modos de producción se transforman a lo largo del tiempo, debido en lo fundamental al carácter altamente dinámico de las relaciones entre MP y MD. Ello puede conducir a dos tipos de situación. En la primera, un cambio de sistema social (cambio de tipo), la "brusca sustitución" de un modo de producción por otro. En la segunda, lo que se produce no es un cambio de sistema social sino una reestructuración de éste (un cambio dentro del tipo). Por "reestructuración" entiende Castells²⁷¹:

²⁷⁰ M. Castells, op. cit. págs. 33-34.

²⁷¹ M. Castells, op. cit. pág. 35.

"el proceso mediante el cual los modos de producción transforman sus medios organizativos para llegar a realizar los principios estructurales inalterables de su operación. Los procesos de reestructuración pueden ser tanto sociales y tecnológicos como culturales y políticos, pero están todos orientados hacia el cumplimiento de los principios contenidos en la estructura básica del modo de producción. En el caso del capitalismo, el impulso que lleva al capital privado a maximizar beneficios constituye el motor fundamental del crecimiento, la gestión y el consumo. "

2- "Los modos de desarrollo surgen de la interacción entre los descubrimientos tecnológicos y científicos y la integración organizativa de dichos descubrimientos en los procesos de producción y gestión. Dado que dichos procesos dependen de la organización social general, y concretamente de la dinámica del modo de producción, existe en efecto una estrecha relación entre modelos de desarrollo y modos de producción. (...) Cuando las circunstancias históricas crean una convergencia entre cambio social y cambio tecnológico, asistimos a la creación de un nuevo paradigma tecnológico que anuncia el advenimiento de un nuevo modo de desarrollo. Son estas circunstancias, según mi opinión, las que han hecho posible la génesis del modo informacional de desarrollo en el último cuarto del siglo XX"²⁷².

En síntesis, la estructura social de las sociedades contemporáneas de los países de la OCDE ha sufrido un tipo de cambio social primeramente especificado en el modo de desarrollo que propicia la tecnología informacional, donde ésta ha afectado a:

a- la forma de producción, ahora basada centralmente en la aplicación de conocimientos almacenados y operacionalizados por medio de la "tecnología informacional";

²⁷² Idem.

b- el tipo de oferta de productos materiales e inmateriales; donde destaca la multiplicación de productos "inmateriales" o simbólicos;

c- la gama de productos materiales e inmateriales; donde destaca la ampliación de la gama de productos y una diversificación, por medio de la especialización, de cada producto;

d- las organizaciones productivas y su vinculación económica recíproca, donde se utiliza a la tecnología informacional como soporte comunicativo para tal vínculo;

e- las organizaciones del mercado y la vinculación "informacional" entre ellas; donde destaca el papel de los MCM como organizaciones que, por medio de la publicidad, se comportan como el conjunto más importante de este tipo de organizaciones de mercado ya que aglutinan la actividad de una buena parte de ellas y, al mismo tiempo, producen el "espacio comunicativo" para la competencia (para la publicidad) que se establece entre ellas;

f- las exigencias de reinversión de beneficios en tecnología informacional para garantizarse el mantenimiento en el modo de producción y la adaptación a los cambios que le acompañan, y también para garantizarse la competitividad en el mercado;

g- las condiciones de redistribución determinadas por las nuevas estructuras profesionales y de gestión en las organizaciones, donde se destaca la ventaja económica para aquellos que poseen los conocimientos sobre las nuevas tecnologías de la información.

El modo del último desarrollo capitalista está condicionado por las características que la tecnología informacional impone en cada uno de los procesos mencionados (de la a a la g). En síntesis: el modo de producción es capitalista pero ha sido transformado por el modo de desarrollo implícito al uso de "tecnología informacional".

La descripción de la estructura social, contenida aquí, incluye centralmente el proceso de producción pero también la forma política y la forma de la cultura de este tipo de sociedades; M. Castells sólo las apunta y señala que:

a) Por un lado, como ya hemos indicado, los procesos de cambio dentro del tipo ("reestructuraciones" de los modos de producción) "pueden ser tanto sociales y tecnológicos como culturales y políticos, pero están todos orientados hacia el cumplimiento de los principios contenidos en la estructura básica del modo de producción"²⁷³. Se sugiere por tanto que el modelo, aunque centrado en los procesos de producción, no postula un determinismo tecnológico o económico al reconocer una autonomía a los sistemas político y cultural.

b) En segundo lugar, propone también -como hemos visto- que "las estructuras sociales interactúan con los procesos de producción determinando las reglas para la apropiación y distribución del excedente"²⁷⁴. Con ello, Castells está sugiriendo que tanto el sistema político como el sistema cultural intervienen (¿con autonomía?) para asignar de forma imperativa los recursos de una sociedad (relaciones de autoridad y poder) y para socializar de forma congruente a la población (relaciones simbólicas de carácter ideológico).

c) En tercer lugar, el poder es definido como "esa relación entre los seres humanos que sobre la base de la producción y la experiencia impone la voluntad de unos sujetos sobre otros por medio del uso potencial o real de la violencia". Además, el poder "está fundado sobre la base del Estado, ya que el monopolio institucionalizado de la violencia en el aparato estatal asegura la dominación de los que detentan el poder sobre sus sujetos"²⁷⁵.

²⁷³ M. Castells, op. cit, pág. 35.

²⁷⁴ M. Castells, op. cit. pág. 32.

²⁷⁵ M. Castells, págs. 30-31.

d) Finalmente, el modelo especifica que los modos de producción se asientan, entre otras razones, por las alianzas que las clases sociales en ascenso elaboran para "forjar su hegemonía", entendiendo ésta, en la tradición de Gramsci, como "la capacidad histórica de una clase dada para legitimar su reivindicación para establecer instituciones políticas y valores culturales capaces de movilizar a la mayor parte de la sociedad"²⁷⁶.

La visión conjunta, incluyendo estas últimas anotaciones sobre el subsistema político y el subsistema cultural, nos permite interpretar parcialmente la ubicación de los medios de comunicación de masas en la "estructura social":

1- los medios forman parte del proceso productivo que se ha descrito como empresas de producción de productos inmateriales o simbólicos (sirviéndose también de la tecnología informacional), en los que comunicación y consumo constituyen los dos elementos coincidentes y característicos;

2- los medios ocupan una buena parte del "proceso de mercado" u oferta de productos, característico de estas sociedades, sustituyendo a la tarea de oferta que las empresas necesitarían realizar si no existiesen aquéllos, y sustituyendo la competencia normal en un sistema de mercado por un "espacio mediático de competencia" entre empresas;

3- aunque de menor importancia relativa, el conjunto técnico que se designa con la denominación de los MCM también forma parte de la "tecnología informacional" requerida -por las empresas- en el nuevo modo de desarrollo que las caracteriza²⁷⁷.

Este esquema descriptivo imposibilita, sin embargo, lo que nos parece desde nuestro punto de vista más relevante para la ubicación estructural de los

²⁷⁶ M. Castells, pág. 33.

²⁷⁷ Este aspecto podría apuntar a nuevos cambios técnicos -requeridos por las empresas- que faciliten el desarrollo de los actuales MCM o, incluso, a nuevos usos -todavía no explorados- de la tecnología de los MCM.

medios: la descripción del sistema cultural y el sistema político, al no tratar detalladamente la configuración de estos dos sistemas.

(B) Los cuatro marcos estructurales para la interacción social.

El modelo descriptivo de la estructura social característica de la sociedad informacional no está desarrollado para comprender la estructura social también como política y cultura; y deja completamente sin especificar las relaciones entre los subsistemas de la estructura social. Este esquema debe ser completado con la descripción de estos aspectos; procedemos, por tanto, a ofrecer una imagen desde la que podamos completar la descripción de la estructura social en la que operan los medios, tal y como nos hemos impuesto en esta parte del trabajo.

1. La totalidad que compone la estructura de nuestra sociedad puede ser descrita por medio de una imagen. Imaginemos a un individuo cualquiera cuya vida se desarrolla completamente en el espacio limitado de un edificio. Imaginemos que este individuo, ya de edad adulta, ha pasado su infancia y juventud recorriendo algunas de las estancias, pasillos y escaleras que dan forma al espacio físico por el que circula, en principio, libremente. El tiempo de su vida pasada le ha facilitado un aprendizaje, más o menos planificado, por el que reconoce automáticamente las dificultades y posibilidades físicas del espacio en el que se mueve: reconoce que las habitaciones tienen una puerta de entrada; que hay pasillos que permiten el paso de una habitación a otra; que hay ventanas que aseguran la entrada de aire y luz necesarias y que hacen posible la vida dentro del edificio; que existen recibidores especiales por los que se accede a determinadas habitaciones; que hay paredes, muros, tarimas, etc.; reconoce también el mobiliario del que compone cada habitación y por el que fácilmente reconoce la actividad posible en cada habitación (reconoce que unas permiten el descanso, otras la higiene, o el alimento, o el trabajo, etc). Esta imagen es familiarmente común a cualquier individuo; todos desarrollamos nuestra vida en espacios físicos semejantes a edificios, incluyendo también en esta semejanza al conjunto de edificios que componen un barrio, un pueblo o una ciudad, etc.

¿Cómo desarrolla cualquier individuo su vida exclusivamente dentro de un edificio? De manera semejante a como desarrolla su vida social en medio de una estructura social determinada: por el edificio se mueve libremente, pero condicionado por sus propias capacidades físicas y obstaculizado por los elementos físicos de que se compone la estructura del edificio. Este último aspecto es el que nos interesa como imagen que facilita la descripción de la estructura social: cualquier individuo -con facultades psíquicas y físicas normales- ha aprendido a abrir y cerrar puertas, a entrar y salir en determinadas habitaciones según la actividad que desea realizar, a no entrar en determinadas habitaciones porque no conoce todavía o porque sencillamente le son inaccesibles; y ha aprendido también que las paredes no se pueden atravesar o que las ventanas es mejor no usarlas para entrar o salir, o que los pasillos, para atravesarlos, requieren de un menor esfuerzo físico que el que se requiere para subir una escalera, etc.

La estructura social es el edificio en el que los individuos desarrollan su vida social. Está compuesta de estancias definidas por la actividad que en ellas se desarrollan; por el movimiento o acciones individuales, grupales o colectivas que posibilitan; por las normas sociales establecidas que señalan la conducta social posible; y, está compuesta también como el edificio, por los obstáculos o límites que, el conjunto de la sociedad y cada parte que la compone, imponen restricciones a la acción social individual, grupal o colectiva.

2. Si atendemos exclusivamente a los marcos de acción social posible (resultado de lo que estructuralmente es facilitado y obstaculizado en abstracto para un individuo cualquiera), el conjunto de la estructura general se divide en cuatro grandes macroestructuras, aproximadamente las mismas que, en términos descriptivos, la generalidad de la sociología identifica para cualquier sociedad: la estructura poblacional; la estructura económica y tecnológica (o "proceso social de trabajo"); el sistema político; y el sistema cultural o simbólico. Estas cuatro macroestructuras son conjuntos de instituciones y relaciones pautadas entre

individuos que ordenan, respectivamente, los problemas relacionados con la reproducción demográfica, la producción e intercambio económicos destinados a satisfacer las necesidades de esa población, los mecanismos de autoridad y poder destinados a neutralizar los conflictos de interés, y los mecanismos de creación de significados compartidos entre los miembros de la sociedad.

3. La estructura poblacional contiene un conjunto institucional que organiza ordenadamente la reproducción biológica de la sociedad. Se puede representar con provecho en forma de pirámides de población, de manera que queden registrados los elementos vitales: edad y grupos de edad; y sexo y grupos de género. Lo que hacen las pirámides de población, sin embargo, es reflejar la acción de otros conjuntos institucionales también vinculados a la estructura poblacional. Por un lado, el sistema de familia; es decir, la institución que determina las pautas de convivencia y el volumen o flujo de reproducción para una sociedad dada. Por otro lado, la estructura ocupacional en su dimensión demográfica. Se trata aquí de establecer cómo los determinantes estructurales de una sociedad, aquellos principios que expresan la lógica de la organización social de esa sociedad (por ejemplo, entre otros, el sistema de mercado en una sociedad de la OCDE actual), generan una peculiar regulación de los recursos demográficos a través de las posiciones ocupacionales necesarias para la reproducción material del sistema social.

4. La importante idea de la sociología estructural de que, para perdurar, toda sociedad tiene que garantizar la reproducción de las relaciones sociales más fundamentales existentes en su seno puede ser operacionalizada de la manera siguiente (en el modelo de Castells, esta noción, aunque mencionada, no se incorpora a la dinámica de la estructura social general sino a la cuestión de la reproducción material). Por un lado, la sociedad se reproduce materialmente, como indica también Castells, en el momento de distribuir el producto social total, una parte del cual se asigna necesariamente a reponer los medios materiales necesarios para volver a iniciar un ciclo temporal en las condiciones

preexistentes (se reproduce pues la infraestructura material de producción, la base tecnológica, los recursos humanos necesarios para ambas, los medios de vida de la fuerza de trabajo, etc.). Por otro lado, y más importante para una visión reproductiva de la vida en sociedad, lo que toda sociedad tiende además a reproducir son las "relaciones sociales básicas" (o, en términos de Castells, las relaciones sociales de producción); unas relaciones que se entienden fijadas en dos estructuras sociales que emergen como resultado del proceso social de trabajo, a saber, la estructura ocupacional y la estructura de clases.

Una sociedad como las de la OCDE, que constituyen nuestro principal objeto aquí, se puede representar desde la perspectiva de la estructura social por medio del esquema que hemos descrito pero con las siguientes condiciones adicionales:

a. El sistema de mercado es el mecanismo institucional que rige los intercambios entre todos los factores de que se compone el "proceso social del trabajo" (básicamente, se compone por un lado, de la organización del trabajo, de los medios técnicos y materiales, de los sujetos que intervienen como organizadores del trabajo y los que intervienen como fuerza de trabajo; y por otro, los bienes producidos y los beneficios que éstos proporcionan -capital, salario, impuestos y satisfacción de necesidades básicas o de consumo-). No es simplemente "el mercado", sino un sistema de instituciones formado por cuatro complejos (empresas; economías domésticas; mercado de trabajo; y mercados de productos) y cuatro mecanismos de intercambio entre ellos regidos por la oferta, la demanda y los precios (por ejemplo, los salarios y el precio del factor fuerza de trabajo; el trabajo asalariado y el trabajo doméstico; el consumo y la publicidad; la competencia entre empresas y la oferta de productos)²⁷⁸.

²⁷⁸ Para más detalles, véase K. Polanyi, La gran transformación, La Piqueta, Madrid 1989, especialmente los capítulos 3 a 6; y Paul Schervish, The Structural Determinants of Unemployment: Vulnerability and Power in Market Relations, Academic Press, Nueva York 1983, capítulo 1.

b. El sistema de la familia se caracteriza en lo fundamental por unidades familiares de pequeña dimensión ("nucleares") que son fundamentalmente, no unidades de producción sino de consumo, que toman crecientemente la forma de familias monoparentales, y que intervienen de manera directa en la reproducción de las relaciones sociales en su papel de "amortiguadores" de las crecientes desigualdades sociales y ante situaciones, también crecientes, de flexibilidad, precariedad del trabajo y crisis económicas.

c. El sistema político incluye las formas de representación -y las reglas que regulan su actividad- en el desarrollo de la política institucional (básicamente el Estado y el aparato del gobierno, partidos políticos y grupos de interés); incluye las formas de expresión de la política no institucional (reconocidas como formas de representación en el funcionamiento de un sistema democrático, pero no articuladas como formas del gobierno democrático) entre ellas diversas formas de asociación (cultural, política y económica) y los movimientos sociales que, en conjunto, aglutinan las diversas demandas sociales no representadas por las organizaciones que operan en la política institucional y, por tanto, sin posibilidad de efecto directo sobre ella; e incluye, finalmente, las instituciones culturales que operan como agencias de "socialización política" y que garantizan la diseminación en la población de los valores adecuados al funcionamiento del sistema democrático.

d. El sistema cultural incluye, en primer lugar, un conjunto de instituciones que realizan centralmente la "actividad productiva cultural", ofreciendo productos culturales (fundaciones, asociaciones, centros de investigación y universidades) de denominación y fines diversos (artísticos - literarios, pictóricos, musicales, etc.; académicos y científicos); en segundo lugar, incluye un conjunto de instituciones que asumen centralmente la tarea de la "socialización" (la familia y la escuela); y finalmente, incluye un número indefinido de instituciones (en las que se incluyen a todas las anteriores, pero

también a las instituciones y organizaciones del sistema político) que realizan, junto a su actividad principal (aquella que da origen a la institución u organización), una tarea de control social indirecto o "persuasivo".

Hemos indicado que el sistema poblacional ordena las relaciones sociales necesarias para garantizar un determinado flujo y características de reproducción biológica de los miembros de una sociedad; que el proceso social de trabajo organiza las relaciones sociales de manera que se quede garantizada la reproducción material de la sociedad y, en esa medida, la satisfacción de las necesidades fundamentales de la población mediante la provisión del correspondiente flujo de bienes y servicios; el sistema político es un complejo institucional que organiza las relaciones de autoridad y poder en una sociedad para garantizar que los conflictos de interés no pongan en peligro su supervivencia y para disuadir -mediante la amenaza y en su caso aplicación de sanciones- a potenciales transgresores de las normas sociales de la conveniencia de hacerlo.

Dentro del conjunto de estas condiciones estructurales, ¿dónde se sitúan los medios de comunicación de masas? Evidentemente, forman parte del marco que denominamos sistema cultural pero además, comparativamente con las otras instituciones de que se compone este sistema, los MCM desarrollan un tarea de vínculo (o interconexión, con el término de Smelser), estructuralmente necesario, que no parecen poder desarrollar otras instituciones. Veamos a continuación en qué consiste esta tarea.

3. El sistema cultural y la actividad integradora de los MCM.

¿Cómo se relacionan las grandes macroestructuras (demográfica, económica, política y cultural) que componen la estructura social para tender a facilitar o reforzar esta reproducción de las relaciones sociales básicas?

La idea general es que esas relaciones, que forman el núcleo estratégico de toda sociedad, tienden a ser reproducidas sistémicamente de dos maneras complementarias. De un lado, a través de la disuasión. Toda sociedad perdurable, en efecto, genera mecanismos institucionales destinados a sancionar las

eventuales transgresiones por parte de individuos o grupos sociales de las normas sociales en general, y en particular, del orden social sintetizado por las relaciones sociales básicas que se expresan en forma de las dos pirámides mencionadas -la ocupacional, y la de clases- y el sistema de propiedad conexo. El sistema político es el complejo institucional que ofrece el respaldo institucional necesario para el orden social existente y garantiza, a través de él, la tendencia de las conductas de individuos y grupos a converger en algún tipo de "contrato social implícito"²⁷⁹, continuamente renegociado, que sirve de coraza para la pervivencia de la sociedad tal como es. De otro lado, la reproducción sistémica de esas relaciones sociales básicas se obtiene, no sólo por la disuasión, sino por la persuasión. La persistencia de las sociedades, en efecto, depende de su capacidad para generar "individuos sociales", es decir, seres humanos socializados en grado suficiente como para garantizar que las normas generales de esa sociedad, y en particular las normas que garantizan las relaciones sociales básicas en su forma presente, sean internalizadas por los individuos, los grupos y las instituciones de manera que la disuasión institucional del sistema político sea un recurso último o complementario de la socialización²⁸⁰. En nuestra forma societal actual, la

²⁷⁹ El término es de Barrington Moore. Injustice. Sharpe, White Plains, Nueva York 1978, Pág. 18.

²⁸⁰ Estas dos maneras complementarias de reproducción del sistema social se han configurado también en las sociedades de capitalismo desarrollado y con regímenes políticos democráticos. En ellas, la reproducción social se lleva a cabo por medio de dos estructuras que se componen de un entramado institucional y organizacional complejo y que actúa de manera complementaria al Estado si entendemos que éste "consiste en un tejido de instituciones que encuentran su sanción última en el monopolio del poder coactivo, pero que dependen para su funcionamiento suave del no ejercicio de ese poder coactivo ..." (Véase C. Crouch, "Estado, capital y democracia liberal", en C. Crouch (comp.) Estado y economía en el capitalismo contemporáneo, Ministerio de Trabajo, Madrid 1987, pág. 47). Lo que ha sucedido en este tipo de "sociedades complejas" es que el Estado ha adquirido una forma institucional más compleja, o que ha extendido su ejercicio de poder a un conjunto de instituciones "disuasoras" y "persuasivas" para no tener que ejercer -y en sustitución de- un poder coactivo directo. En el uso del término "disuasión" antes que el de "coacción" se refleja la idea de la pérdida del monopolio del poder directo del Estado, por medio de su ampliación o extensión a un número mayor de instituciones, y refleja el hecho de que en este tipo de sociedades complejas es cada vez menor el uso del poder directo coactivo para garantizar su estabilidad.

integración básica con la que se garantiza su permanencia es desarrollada por medio del sistema cultural.

El sistema cultural de una sociedad, utilizando la acertada síntesis de definiciones clásicas que ofrece Rosengren²⁸¹, se puede concebir como "un conjunto abstracto y producido por los humanos de pautas de conducta y para la conducta, de acciones y de artefactos". Se puede conceptualizar a la vez como una estructura y como un proceso sociales. Como proceso, el sistema cultural se manifiesta en forma de regularidades en la conducta y acciones de grupos y agregados de individuos. Como estructura, se manifiesta en forma de conjuntos de ideas, creencias y valores supraindividuales y abstractos. En ambos casos requiere el concurso de esa entidad tan central en la perspectiva sociológica, las instituciones sociales.

Una cultura se adquiere y se transmite por medio de conjuntos de símbolos a los que se atribuye un significado. Un sistema cultural así concebido tiene desde la perspectiva sociológica de la estructura social, en lo fundamental, dos grandes dimensiones o papeles: producir individuos sociales y, en condiciones de relativa estabilidad societaria, contribuir a reproducir la configuración básica de la estructura social existente. Consideremos ambas dimensiones sucesivamente.

Configurar individuos sociales es una manera de indicar que la cooperación entre individuos que el concepto de "sociedad" subraya consiste, en parte fundamental, en la producción social de vínculos y códigos simbólicos entre los miembros de aquélla (por ejemplo, ante todo, el lenguaje) para su comunicación recíproca y su interacción sobre bases perdurables. Pero hay otra cara de la moneda: configurar individuos sociales también es otra forma de expresar lo que anteriormente hemos denominado función de persuasión del sistema cultural. Este, en efecto, en la medida que se produce en condiciones societarias estables, lo que hace es trasladar al interior de los individuos las

²⁸¹ Karl E. Rosengren, "Linking Culture and other Societal Systems", capítulo 6 de Sandra Ball-Rokeach y Muriel G. Cantor (eds.), Media, Audience and Social Structure, Sage, Londres 1986.

normas de obligada observancia, donde el sistema político tiende a garantizar - desde el exterior, por así decir- por medio de la disuasión. Este proceso es inherentemente sociológico, se estudia bajo la rúbrica de la "socialización" y sus nociones principales fueron ya popularizadas por la sociología desde sus inicios²⁸². Desde ambas perspectivas, un sistema cultural lo que hace es reforzar los mecanismos reproductivos de la sociedad existente.

¿Cuál es la institución cultural que tiene acceso a la mayoría de los miembros de que se compone la sociedad? ¿Cuál es la institución cultural que puede difundir símbolos y conceptos referidos a los cuatro marcos estructurales descritos? Y, ¿cuál es la institución cultural que difunde, de manera continuada, símbolos y conceptos, de manera accesible, a cualquier individuo y a lo largo de toda su vida? Algunas de estas preguntas pueden ser respondidas señalando más de una institución cultural, pero como respuesta común a todas las preguntas sólo es posible señalar al conjunto institucional que es la comunicación de masas (tal y como la definimos en el cap. 2 de la parte I de este trabajo) y los medios que la hacen posible.

El papel estructural que podemos asociar a los medios de comunicación de masas se concreta, por un lado, desde las demandas estructurales que parecen derivarse de la composición de nuestra sociedad en la forma actual, y por otro, desde la tarea cultural que parece posibilitar la comunicación de masas y no parece que pueda ser desarrollada por ninguna otra institución. Como ya hemos indicado, la estructura de nuestra sociedad demanda que se realice una actividad vinculante, necesaria para:

a- el funcionamiento y el mantenimiento del mercado que necesita tanto vehículos para la difusión de sus productos como de sujetos dispuestos a consumirlos; el vínculo que los medios realizan consiste en poner al alcance de cualquier individuo los productos que el mercado ofrece, pero no como si éstos desempeñasen la tarea de simple escaparate sino, insertando valores, preferencias y símbolos con los que se motiva al individuo para que consuma tales productos,

²⁸² Notoriamente por Durkheim, con su proposición de que la sociedad tiene que estar en el interior del individuo.

o con los que genera culturalmente necesidades (que no son básicas sino, por la misma razón, culturales)

b- el funcionamiento de un sistema político que como hemos mencionado, entre otras características y por razón de ellas, es "disuasivo" y no coactivo; las condiciones sociales demandadas e implícitas a este carácter sólo pueden ser satisfechas (de manera general) por medio de una institución cultural que activa y permanentemente colabore difundiendo valores, preferencias comunes y símbolos adecuados a la forma política característica de la democracia liberal; el marco estructural del sistema político demanda, para su funcionamiento y mantenimiento, de una institución que vincule a éste con cualquier individuo, ofreciéndole información y socializándole en la forma política adecuada (como ciudadano);

c- la contunidad de las jerarquías internas a la estructura poblacional y laboral y, en última instancia, la jerarquía de clases; cada una de estas jerarquías se produce por medio de mecanismos materiales y de poder establecidos (implícitos a la familia, la escuela, la empresa y el conjunto de instituciones diversas por medio de las cuáles los individuos desarrollan su actividad social) que establecen formas de desigualdad social, pero esta se reproduce también (aunque no exclusivamente) por medio del vínculo cultural que los medios entablan con cualquier individuo y sobre el que difunden valores, creencias y símbolos asociados a estos tipos de jerarquías establecidas;

d- el desarrollo de la vida social desde el punto de vista exclusivo de un individuo: el conjunto de instituciones que componen el sistema cultural pone a al alcance códigos y pautas de relación, creencias, valores, ideologías, etc., y por medio de ellos cada individuo se construye realidades subjetivas pero integradas en su sociedad; por medio de ellas el individuo forma parte, social y subjetivamente, del entorno social en el que se desenvuelve; en este sentido, sólo los medios de comunicación de masas continua y permanentemente ponen al alcance de cualquier individuo - y de todos a la vez o de la mayoría- los recursos simbólicos con los que construir las interpretaciones subjetivas con las que opera en su entorno social y por las que se integra -subjetivamente- al mismo.

La figura siguiente (9) pretende mostrar las relaciones vinculantes que los medios facilitan respecto de los cuatro marcos estructurales que componen nuestra forma societal, y pretende mostrar las relaciones vinculantes que los mismos medios facilitan respecto del individuo que desarrolla su vida social en este tipo de estructura descrita.

Sobre la figura, el lugar de los medios en la estructura social queda perfilado incluyendo los siguientes trazos característicos (que permiten leer la figura):

1. los medios de comunicación de masas forman parte del marco de la estructura simbólica

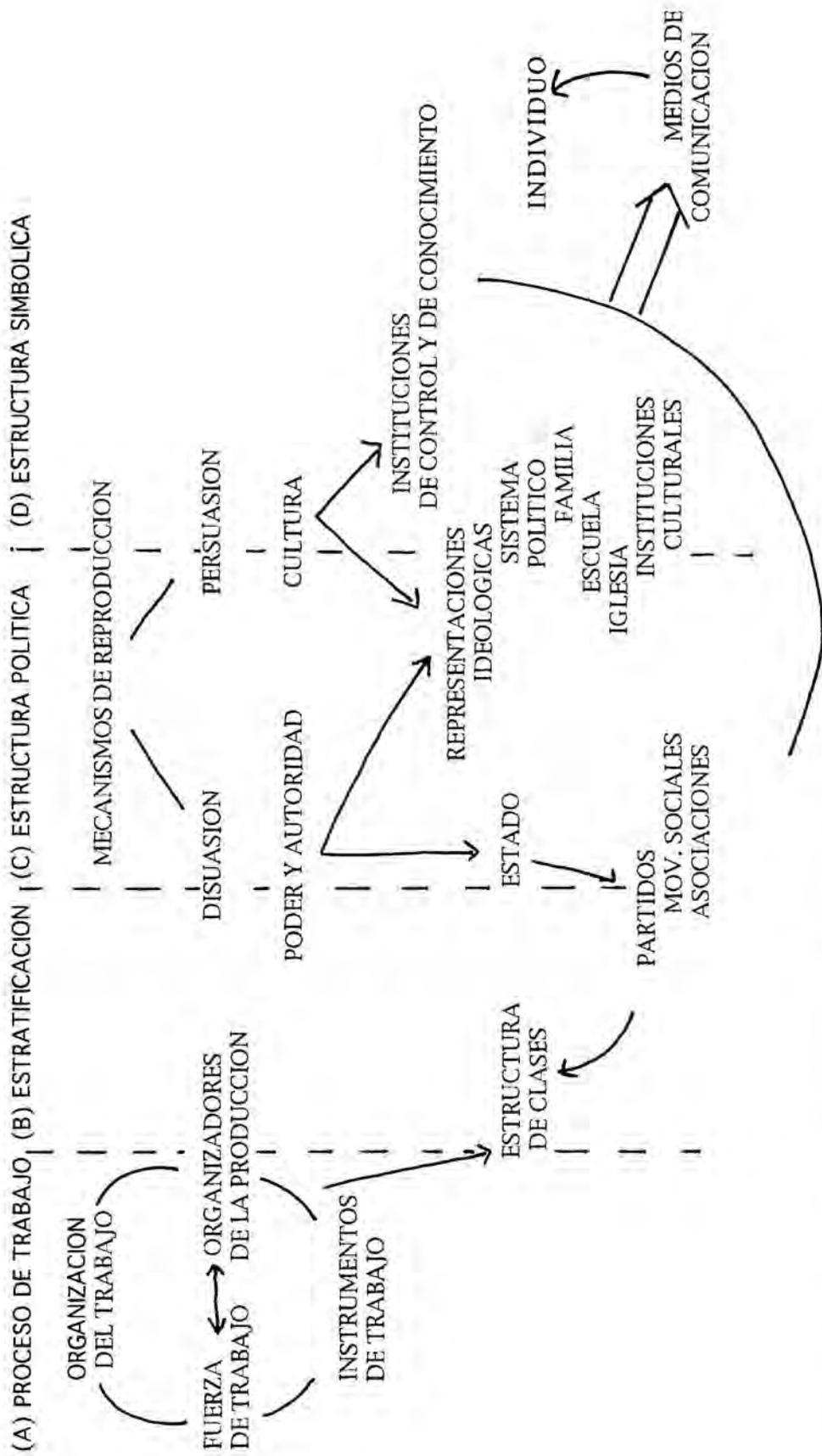
2. dentro de este marco desarrollan sus actividades vinculantes o integradoras, esto es:

- ponen en conexión (simbólicamente) a individuos con el conjunto de la totalidad de instituciones de que se componen los cuatro marcos, básicamente facilitando información sobre ellas;

- ponen en conexión a instituciones que desarrollan actividades estratégicas y que pueden afectar al funcionamiento del sistema político (entendido a éste como el marco que mantiene y garantiza un orden social); en términos generales estas actividades estratégicas las desarrollan las empresas y las organizaciones que las aglutinan (organizaciones de empresarios y sindicatos); las organizaciones colectivas diversas (culturales, sociales, económicas y políticas); y en términos más específicos, de estas actividades estratégicas y organizaciones o instituciones que las desarrollan los medios dan cuenta de manera rutinaria, por medio del suministro de información sobre los temas o cuestiones concretos que afectan a tales instituciones y por los que desarrollan sus acciones estratégicas;

- ponen en conexión a los individuos con su entorno social, presentándolo a éste bajo la forma de mercado y haciendo de aquéllos potenciales consumidores.

Figura 9: Estructura social y ubicación de los MCM.



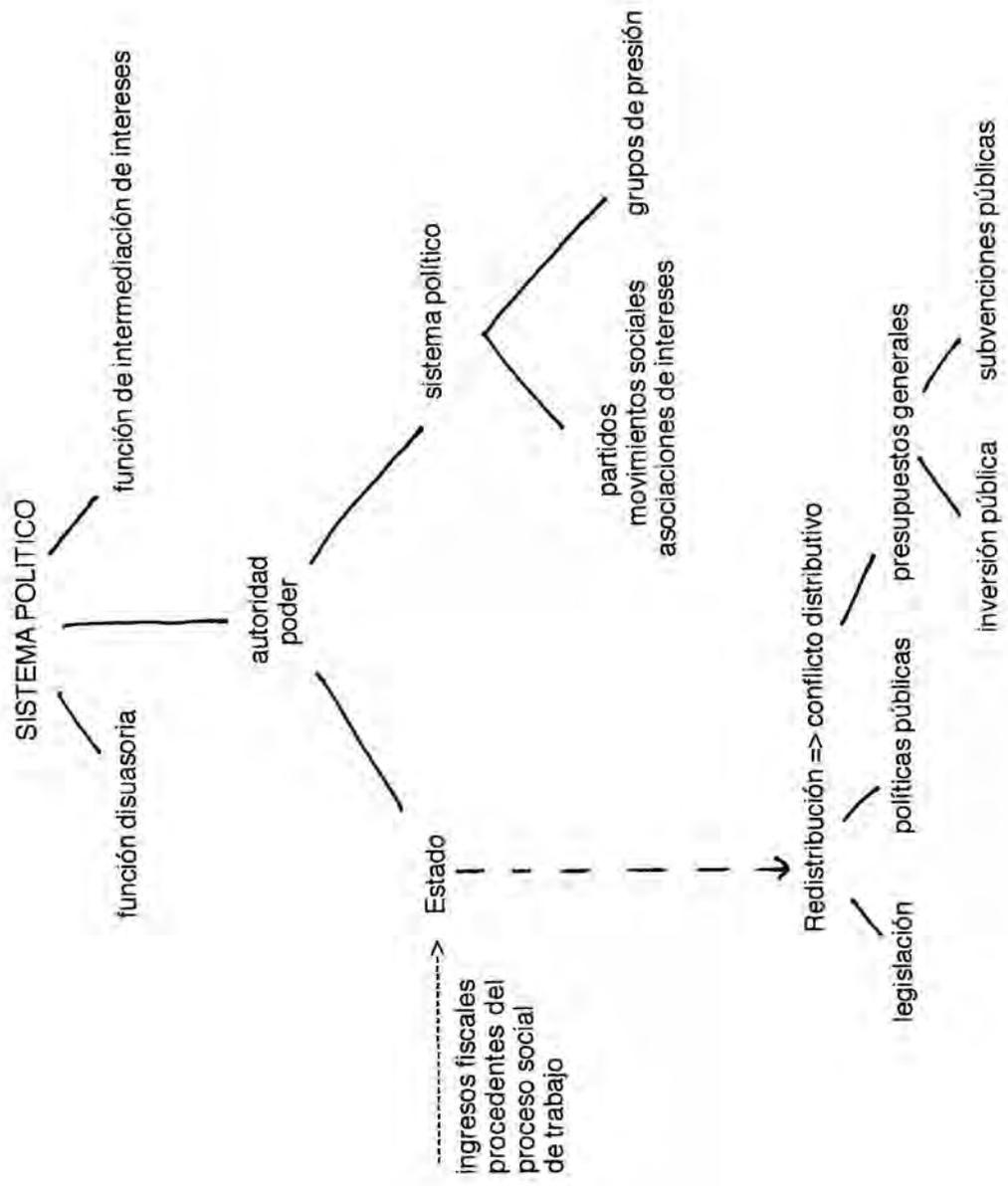
Fuente: Reelaboración del esquema sobre Estructura social de Salvador Aguilar, en su TESIS DOCTORAL: "Estructura social y acción colectiva"

En lo que sigue, nos centraremos en la descripción de la estructura característica del sistema político -en el tipo de sociedades que hemos seleccionado- entendiéndola como el marco básico (junto con el sistema cultural que acabamos de considerar) desde donde se posibilitan o demandan las actividades que los medios desarrollan y que son objeto de la Parte IV de este trabajo.

4. El sistema político en las democracias liberales.

Como primera aproximación, podemos definir el sistema político como aquel conjunto de normas, instituciones y relaciones pautadas entre individuos y grupos que, en cualquier sociedad, garantiza que los conflictos de intereses entre los miembros de la población se mantengan dentro de unos límites que no hagan peligrar la supervivencia de la sociedad en cuestión. Necesariamente, en consecuencia, coadyuvan muy directamente a intermediar los intereses de la población, pero también a disuadir, y en su caso penalizar, las transgresiones de las normas sociales por parte de individuos o grupos.

El sistema político, por tanto, es una manera de denominar el complejo institucional (figura 10) que en cualquier sociedad organiza las relaciones de autoridad y de poder.



291

¿Cómo opera el sistema político característico de las democracias liberales? ¿Cómo se conecta con los otros subsistemas que componen la estructura social de las sociedades contemporáneas de la OCDE? La presentación de estas cuestiones está encaminada a ofrecer, a continuación, el marco estructural en donde se producen la comunicación política y la comunicación política mediática (aspectos que desarrollaremos en la parte cuarta de este trabajo) necesarias para el funcionamiento de las democracias liberales.

4.1. La democracia liberal como "poliarquía"

Históricamente, las sociedades de capitalismo industrial que empiezan a cobrar forma aproximadamente entre 1750 y 1850 desarrollan un peculiar sistema político para el que la sociología política -en sus diferentes orientaciones- propone una batería de conceptos: "democracia", "democracia representativa", "democracia liberal", "democracia capitalista", "democracia burguesa", "poliarquía" etc.²⁸³ Nuestra investigación se inscribe en la tradición teórica que define como "poliarquías" a los sistemas políticos característicos de las sociedades de capitalismo industrial desarrollado que culminan en las sociedades de la OCDE actuales. En lo fundamental, por dos razones:

²⁸³ Para una buena presentación de la cuestión, David Held, Modelos de democracia, Alianza Ed., Madrid 1992. Los orígenes y factores causales que explican el surgimiento del sistema democrático tal como lo conocemos hoy han sido muy debatidos en la sociología política pero es algo que no nos interesa directamente aquí. Véanse al respecto, entre otros, los trabajos de Weber y Elias y, para una excelente síntesis del debate y estado de la cuestión sobre el surgimiento histórico de los sistemas democráticos, E. Gil Calvo, "Modernización y cambio sociopolítico", capítulo 11 de J. Benedicto y M.L. Morán (eds.), Sociedad y política: temas de sociología política, Alianza Ed., Madrid 1995.

a) La propuesta de la "poliarquía", introducida por primera vez en 1953 por los politólogos R. Dahl y Ch. Lindblom²⁸⁴, es la única que se aleja premeditadamente de las connotaciones valorativas de la mayoría de los otros conceptos manejados por la sociología política para caracterizar esos sistemas políticos que acabamos de mencionar. Es conocida al respecto la argumentación de Dahl:

"[C]abría considerar las poliarquías como regímenes relativamente (pero no completamente) democráticos. (...) Sin duda, algunos lectores se resistirán a aceptar el término 'poliarquía' como sustituto de democracia, pero es importante mantener la distinción entre la democracia, como sistema ideal, y los convenios institucionales ["institutional arrangements"], que deben verse como una especie de aproximación imperfecta al ideal".²⁸⁵

b) De la literatura politológica sobre los "sistemas democráticos" que he manejado, el modelo de la poliarquía es el más conexo con una perspectiva sociológica de la estructura social. Por un lado, es un modelo altamente operacional, es decir, orientado a especificaciones teóricas susceptibles de ser fácilmente estudiadas empíricamente. Por otro lado, de forma manifiesta o latente, contiene una visión macrosocial que permite con relativa facilidad la conexión de las especificaciones propias del sistema político con las de las otras macroestructuras de una sociedad.

Veamos a continuación, sobre la base del modelo de Dahl, qué cabe entender por "poliarquía".

²⁸⁴ Robert Dahl y Charles Lindblom, Politics, Economics and Welfare, Transaction, New Brunswick 1992 (ed. original de 1953).

²⁸⁵ Robert Dahl. La poliarquía: participación y oposición. Tecnos. Madrid 1989 (edición original de 1971). Págs. 18-19.

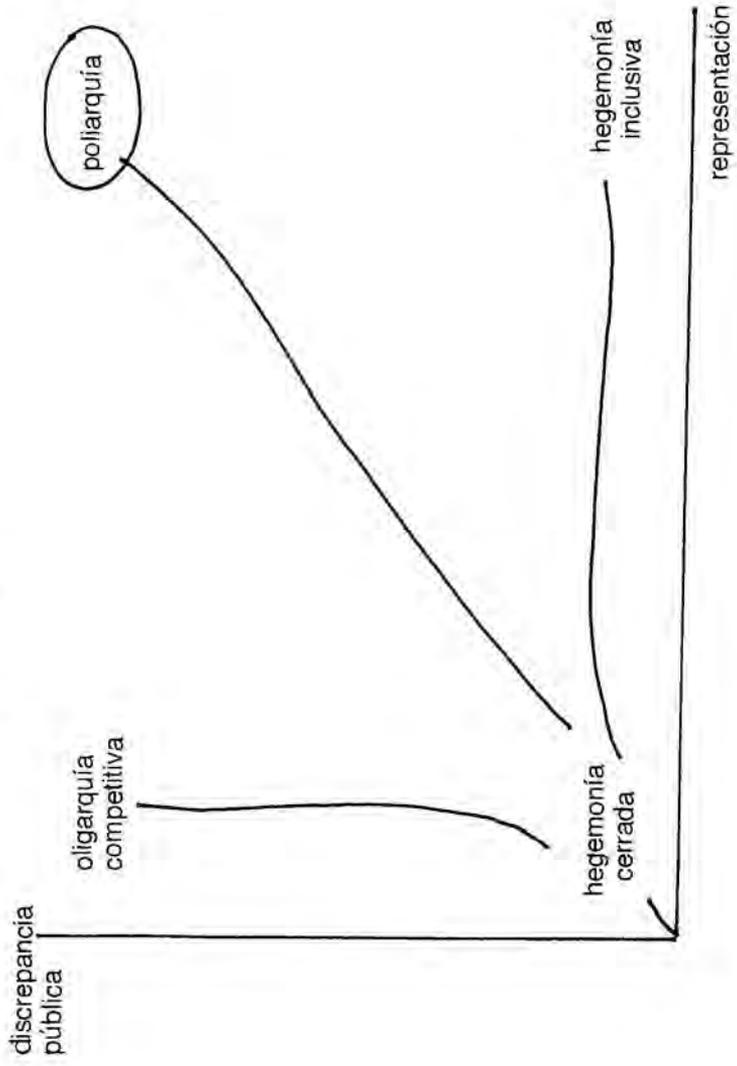
1. En su versión más sintética, el modelo de "poliarquía" es presentado por Dahl a partir de dos variables clave: la "discrepancia pública"²⁸⁶, que mide el grado de "liberalización"; y la "participación política"²⁸⁷, que mide el grado de "representación" de un sistema político concreto. Una y otra son concebidas como las medidas decisivas del grado de democratización del sistema político. Combinando ambas variables, Dahl perfila cuatro situaciones posibles para un sistema político (Véase figura 11):

La "poliarquía" consiste en la combinación de un alto grado de liberalización (medida por el elevado grado de tolerancia hacia la discrepancia pública) y un alto grado de representatividad (medida por el alto grado de "inclusión" de la población en el sistema a través de su participación no coaccionada en el proceso electoral y en la elección de gobiernos) del sistema político. Esta combinación, en su expresión máxima, debe asegurar en términos concretos que ciudadanos y ciudadanas gozan de una serie de garantías institucionales (el mismo Dahl nos ofrece al respecto la expresión de estas garantías por medio de una tabla, figura 12).

²⁸⁶ O "public contestation", traducido en la versión castellana como "debate público". En realidad, la variable pretende medir para un sistema político la mayor o menor capacidad efectiva de los individuos y grupos de esa sociedad para discrepar abiertamente de la política gubernamental y organizarse políticamente en consecuencia.

²⁸⁷ O "derecho a participar en las elecciones y en el gobierno".

Figura 11: La poliarquía.



*Algunos requisitos para que se dé la democracia
entre un gran número de habitantes*

Para tener la oportunidad de:

Se requieren las siguientes garantías institucionales:

- | | |
|--|--|
| I. Formular las preferencias: | <ol style="list-style-type: none">1. Libertad de asociación.2. Libertad de expresión.3. Libertad de voto.4. Libertad para que los líderes políticos compitan en busca de apoyo.5. Diversidad de fuentes de información. |
| II. Manifestar las preferencias: | <ol style="list-style-type: none">1. Libertad de asociación.2. Libertad de expresión.3. Libertad de voto.4. Elegibilidad para la cosa pública.5. Derecho de los líderes políticos a competir en busca de apoyo.6. Diversidad de fuentes de información.7. Elecciones libres e imparciales. |
| III. Recibir igualdad de trato por parte del gobierno en la ponderación de las preferencias: | <ol style="list-style-type: none">1. Libertad de asociación.2. Libertad de expresión.3. Libertad de voto.4. Elegibilidad para el servicio público.5. Derecho de los líderes políticos a competir en busca de apoyo.5a. Derecho de los líderes políticos a luchar por los votos.6. Diversidad de fuentes de información.7. Elecciones libres e imparciales.8. Instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa de los votos y demás formas de expresar las preferencias. |

Figura 12: "Tabla de las garantías institucionales
poliarquicas"

2. Desde esta perspectiva del modelo sencillo, "poliarquía" tiene cinco significados claros, según propone el propio Dahl en un estudio reciente²⁸⁸. Primero, es un tipo de régimen político que pivota sobre las dos variables expuestas. Segundo, un producto de la democratización de los estados-nación, es decir, de la extensión de las ideas democráticas a unidades de gran dimensión como son las naciones modernas, donde la democracia "cambia de escala". Tercero, un conjunto de instituciones necesarias, pero quizá no suficientes, para democratizar un sistema político. Cuarto, es un sistema de control político por medio de la competencia entre élites políticas que pugnan por hacerse con el control del Estado (el significado schumpeteriano). Y quinto, es un sistema de derechos políticos institucionalmente garantizados y protegidos.

3. Hasta aquí, el modelo sencillo de Dahl no registra más que implícitamente una de las características centrales de los "sistemas democráticos" surgidos del desarrollo pleno del capitalismo industrial a partir de 1750. Nos referimos a la peculiar relación y equilibrio existente en el terreno político entre "sociedad política" y "sociedad civil".²⁸⁹ El fenómeno consiste sintéticamente, y como conocemos por múltiples estudios de sociología política, en que un

²⁸⁸ R. Dahl, "Polyarchy, Pluralism, and Scale", capítulo 9 de R. Dahl, Democracy, Liberty, and Equality. Norwegian University Press. Oslo 1986. Págs. 230-233.

²⁸⁹ Este es el proceso que Tilly denomina "conversión civil del Estado" y, según el cual, en palabras de Gil Calvo, "los impuestos sólo podían recaudarse e incrementarse tras largas negociaciones [del Estado] con las élites sociales y económicas que controlaban la riqueza material imponible: élites que sólo consentían costear mayores esfuerzos tributarios a cambio de incrementar a su vez sus propias libertades civiles. Y así fue cómo para poder incrementar su poder militar los Estados absolutos se fueron viendo obligados no sólo a desarrollar la potencialidad económica de sus poblaciones sino además a otorgarles crecientes libertades políticas y civiles, haciéndose así posible la modernización tanto del mercado (desarrollo económico) como de la sociedad civil (democratización)". Op. cit. págs. 345-346.

numeroso y variado conjunto de asociaciones privadas participan en una competencia por obtener recursos públicos e influir sobre el Estado para que las políticas públicas se orienten en la dirección que conviene a sus intereses. El resultado final es que, en sociedades como las de la OCDE de hoy, el proceso de toma de decisiones vinculantes por parte de los poderes públicos es influido e intervenido por lo que Dahl denomina "pluralismo organizacional"²⁹⁰ :

"La teoría democrática, formulada originariamente como una visión de un sistema de política y sociedad a pequeña escala, no se encuentra en absoluto completamente cómoda con la democracia a escala ampliada. El sesgo monista de la visión democrática clásica entra en conflicto con la realidad pluralista de la democracia a gran escala, y la teoría, a caballo entre ambas, parece con frecuencia inapropiada tanto descriptiva como normativamente.

Con objeto de tomar en cuenta, de manera más completa, la conexión inherente entre poliarquía y pluralismo, puede ser útil que sugiramos una interpretación más, la sexta, de poliarquía que debe añadirse a las cinco que he descrito anteriormente. Desde esta perspectiva, la poliarquía es un tipo de régimen que tiene por objeto la gobernación de los estados-nación en el cual el poder y la autoridad sobre cuestiones públicas están distribuidos entre una pluralidad de organizaciones y asociaciones que son relativamente autónomas entre sí y, en muchos casos, también en relación con el gobierno del Estado. Estas unidades relativamente autónomas incluyen no sólo organizaciones que son, legal y a veces constitucionalmente, componentes del gobierno del Estado, sino también organizaciones que son legalmente (...) 'privadas', esto es, que legalmente y en buena parte de manera real son independientes, o básicamente independientes, del Estado."

²⁹⁰ El término en R. Dahl, Democracy, Liberty, and Equality, op. cit. pág. 228; y la cita en op. cit. 241-242.

4. El modelo original de poliarquía de Dahl se completa con este tercer gran componente estratégico. Las poliarquías son sistemas políticos que se organizan alrededor de tres variables: liberalización (medida por el alto grado de discrepancia pública tolerada); representatividad (medida por el alto grado de participación política indirecta de la población en el proceso de elección de gobiernos); y pluralismo asociativo (medido por el alto grado de permisividad para la creación de asociaciones privadas y su influencia en el proceso de toma de decisiones públicas)²⁹¹.

4.2. La democracia liberal como sistema de relación entre la sociedad civil y el Estado.

Las relaciones básicas que se dan en el sistema político poliárquico expresan esa dualidad de la que se compone de manera característica, esto es, la escisión de la sociedad entre una sociedad política (Estado) y una sociedad civil. La sociedad política desarrolla el conjunto de relaciones y actividades que definen la política "profesional" y, por su parte, la sociedad civil desarrolla un conjunto de relaciones y actividades políticas -no necesariamente profesionalizadas- que sólo parcialmente forman parte de la política institucional y que, en conjunto, ensanchan el sentido del término "político" hasta promover lo que podríamos denominar como actividades políticas fuera del marco institucional, o actividades propias de "la política". La distinción que hacemos aquí entre "política" y "política institucional" coincide con la que nos propone Pizzorno, en su repaso del contenido real del término "político" a lo largo de los hitos que destaca de la historia de las ideas políticas (como Aristóteles, Tocqueville o Marx,

²⁹¹ Resulta enigmático que el propio Dahl no haya incorporado esta modificación al modelo sencillo de poliarquía en su aspecto gráfico. La razón podría encontrarse en que la tercera dimensión, el pluralismo asociativo, ha sido estudiada por el propio Dahl (op. cit. págs. 239-240) como un componente intrínseco a la poliarquía pero inherentemente poco democrático o incluso antidemocrático.

o las condiciones políticas de la sociedad ateniense o de la Francia revolucionaria), hasta llegar a la denominación contemporánea que finalmente ha cuajado:

"Permítanme sintetizar la argumentación precedente: nuestra concepción contemporánea de la política es la consecuencia de dos líneas de desarrollo social e intelectual. La primera condujo a una distinción entre la sociedad y el Estado, entre lo social y lo político, y a la conclusión de que el segundo está determinado por la primera.

La segunda señaló la naturaleza dual de la política misma: la política como administración, y como la colisión entre grupos e individuos que persiguen sus intereses dentro de las reglas de un sistema institucional particular, en otras palabras, como la búsqueda de fines negociables; y de otro lado, como la política de compromiso total, como el esfuerzo por transformar la sociedad en su conjunto, como la búsqueda de fines no negociables. (...)

Al atacar a los ideólogos y a los intelectuales abstractos, los científicos políticos posteriores han insistido frecuentemente en que la política es esencialmente el arte del compromiso y la negociación. Sus argumentos son justificados si su intención es una crítica del idealismo ingenuo en el análisis de la política. Pero se convierten en puro 'wishful thinking' cuando uno rechaza el reconocimiento de que las acciones políticas están también orientadas a fines no negociables y que no siempre se adaptan a las reglas de los sistemas institucionales existentes. Si uno declina la consideración de ambas formas posibles es mucho lo que escapa a nuestra comprensión y llega a ser considerado, meramente, como la expresión de impulsos irracionales.

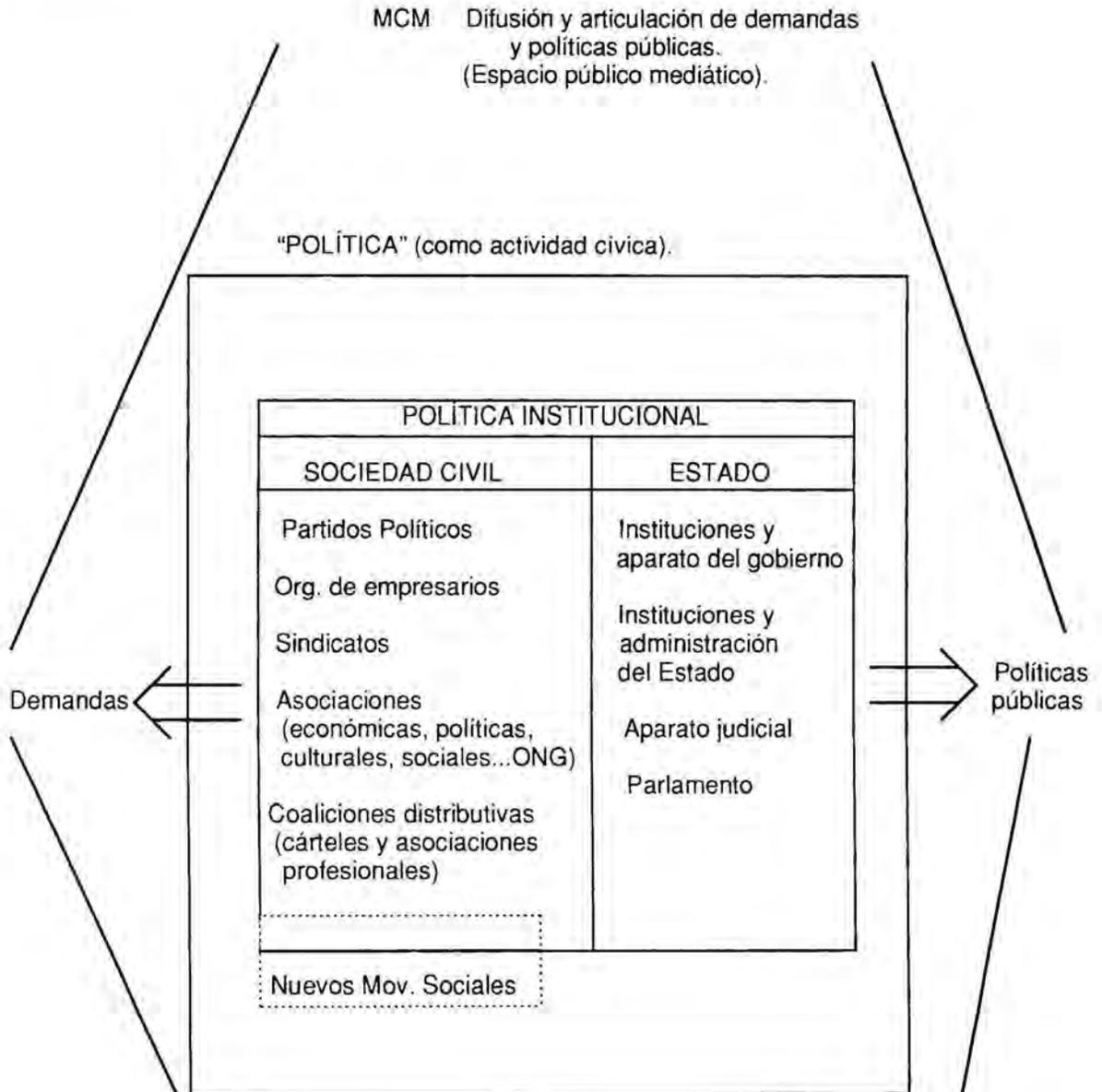
Es por tanto esta concepción amplia de la política la que ha guiado la selección de lecturas para esta antología."²⁹²

²⁹² Alessandro Pizzorno, "Introduction", en A. Pizzorno (ed.) Political Sociology, Penguin, Harmondsworth 1971, pp. 9-11.

Esta distinción es la que aquí nos sirve en la descripción del funcionamiento de las democracias liberales que estamos ofreciendo.

Vamos a ampliar esta presentación general de la relación entre política general y política institucional, por un lado, y sociedad civil y Estado, por el otro, de manera que, al hacerlo, podamos identificar los actores fundamentales que operan en los sistemas políticos poliárquicos como paso previo al análisis de la comunicación política en este tipo de sociedades. Para ello partiremos de un esquema descriptivo que contenga los términos apuntados y el marco de relaciones que con ellos se pretende representar:

CUADRO 8:



Política Institucional =
Instituciones y reglas establecidas
para la negociación, presión y
expresión de demandas (S.C)
y las formas de "políticas públicas" (E)

En general, el criterio que discrimina el significado y contenido de "la política" (que a partir de ahora denominaremos "política general" para distinguirla de la política institucional, pero incluyendo a ésta) incluye la distinción entre "acción individual" y "acción colectiva"²⁹³, cuando estos términos se aplican en conexión con actividades políticas. Sin embargo, esta distinción no es suficientemente precisa; en esta distinción no pueden ser incorporadas ciertas formas de acción colectiva eminentemente "políticas" que no encajan directamente en las formas de la política institucional, como por ejemplo, los nuevos movimientos sociales o ciertas formas de movilización masiva. Este tipo de acciones colectivas "informales" o no organizadas aun no siendo acciones individuales, sin embargo, encajan en el marco de la política general. Por tanto, la distinción entre política general y política institucional tiene que apuntar, más bien, en la dirección de los objetivos y de las formas en que éstos se persiguen.

Así, en términos generales, forman parte de la "política general" el conjunto de "acciones colectivas e individuales" encaminadas a la demanda y defensa de unos intereses o necesidades sociales -perfiladas individualmente o colectivamente- tanto si estas acciones emplean o no las reglas institucionales y

²⁹³ El tipo de acción política individual al que nos referimos consiste en cualquier tipo de acción que cualquier individuo puede llevar a cabo para promover cambios directos en la forma de organización social con la que interactúa de manera inmediata. Generalmente, este tipo de acción política toma la forma de conductas privadas y de compromisos cotidianos - elegidos conscientemente- ya sea en su esfera íntima (familia, amigos, pareja, etc.) o social (el lugar de trabajo, las relaciones con su comunidad, etc.). La extensión de la "política institucional" a casi todas las esferas de la vida ha producido, en parte, el olvido de esta forma de acción política individual. De otro lado, para intervenir en el funcionamiento del sistema político poliárquico uno de los requisitos es la "asociación" (organización colectiva y representación) lo que ha producido, en parte, la impresión de que cualquier tipo de acción política individual es imposible o deja de tener sentido porque es ineficaz (respecto del sistema poliárquico, parece que en poco pueda intervenir y, por tanto, cambiar). La acción política individual consiste también, por tanto, en la búsqueda de satisfacciones de los intereses individuales a través de acciones no asociativas.

formalmente establecidas. Mientras que en la "política institucional" se incluye sólo el tipo de "acción colectiva" formal y organizada que se encamina a la demanda y defensa de unos intereses -específicos o generales- legitimados y articulados (como legítimamente alcanzables o garantizados como posibilidad) en las reglas establecidas por la política institucional (o por el Estado).

La relación que se establece entre sociedad civil y Estado contiene las diferencias que hemos apuntado respecto de la "acción colectiva formal o informal", o de "política institucional o general". En un sistema político democrático "ideal", y no poliárquico, el conjunto de la sociedad civil se correspondería con la totalidad de la sociedad; incluiría el conjunto de acciones colectivas formales e informales; y desarrollaría el conjunto de vías políticas contenidas en la política general e institucional. En este mismo tipo de sistema político ideal, la sociedad civil sería complemento y oposición efectiva del Estado (o de la política profesional). Sin embargo, el sistema político poliárquico incluye una forma de restricción respecto de la relación ideal entre sociedad civil y Estado²⁹⁴. En realidad la "sociedad civil" opera, en términos generales dentro de la política institucional; es parte complementaria del Estado; y, aunque parcialmente, no desarrolla ni "política profesional" ni incluye exclusivamente formas de organización de acción colectiva formal. La composición de la "sociedad civil" se perfila desde:

²⁹⁴ La definición de sociedad civil y Estado y la revisión histórica de los términos en V. Pérez Díaz, La primacía de la sociedad civil, Alianza Editorial, Madrid 1993, especialmente págs. 76-81. Asumimos la distinción analítica que el autor establece entre sociedad civil y Estado aunque no pretendemos, por medio de esta, insinuar ninguna forma de relación opuesta entre los miembros e instituciones componentes del Estado y los miembros e instituciones componentes de la sociedad civil. Esta relación tal y como aquí la caracterizamos se produce más en términos cooperativos que de oposición o enfrentamiento, de hecho esto pretendemos apuntar al recoger la distinción entre política en su sentido más general y política institucional y al mostrar cómo mayoritariamente la política característica de la relación que se establece entre sociedad civil y Estado es la política institucional que hemos caracterizado, desde la que esencialmente se perfila la acción política legítima con fines de, además de prefigurar demandas o intereses, alcanzar pactos o establecer negociaciones y formas de cooperación entre sociedad civil y Estado.

a- la posibilidad de intervención en la política institucional, y con ello se restringe su composición posible;

b- la aproximación de los elementos que la componen a algunas de las condiciones que definen la "política profesional" (la organización, la actividad normativizada y las formas establecidas de expresión pública de sus demandas).

La poliarquía, atendiendo al tipo de relación que en ella se establece entre sociedad civil y Estado, es un sistema político democrático que no sólo incluye las variables "discrepancia política", "representación política" y "pluralismo organizacional" (como las define Dahl) sino que, por medio de ellas, incluye las restricciones establecidas en la relación entre la sociedad civil y el Estado. De hecho, la sociedad civil que se perfila con **a** y **b** (condiciones establecidas en la intervención de la política institucional y aproximación a formas "organizadas y profesionales" de la política) se compone de un conjunto de demandas políticas (jerarquizadas, por las condiciones establecidas con **a** y **b**) restringidas o que difícilmente se amplían²⁹⁵.

5. Primera caracterización del papel político de los medios

Los medios de comunicación de masas tipo 1 tienen un papel relevante en el juego político de las poliarquías, y operan tanto en:

1. la representación política (elecciones);
2. como en la discrepancia política y su expresión (competencia entre partidos y grupos);

²⁹⁵ Dahrendorf se refiere a la "sociedad civil" en términos del conjunto de corporaciones restringidas y jerarquizadas que tienen la capacidad de intervenir o presionar sobre las decisiones de la política institucional. Véase Dahrendorf, El conflicto social moderno, Mondadori, Madrid 1990, pág. 137.

3. como en especificación indirecta de las restricciones que definen y con las que opera la sociedad civil;

4. como, finalmente, en la jerarquización del conjunto de demandas que produce la sociedad civil (atribuyendo más o menos visibilidad a los temas de debate público y más o menos relevancia social a las demandas surgidas de la sociedad civil).

5.1 La acción política poliárquica y el papel de los medios.

Como ya hemos referido, la acción política disponible para los miembros de la sociedad puede ser individual o colectiva; y esta última, puede ser informal o formal. La entidad institucional característica de la acción colectiva informal son los movimientos sociales. Por lo que se refiere a la acción asociativa formal, es decir, la que genera organización formal, pueden distinguirse dos casos generales. Por un lado, la que persigue objetivos relativos a otros (o no relativos a la base social de la organización propiamente). Unas instituciones se orientan a promocionar metas públicas o intereses de tipo general (típicamente, los movimientos específicos, o movimientos sociales de carácter y objetivos efímeros); otras se orientan a ocupar el poder político administrativo (los partidos políticos). La otra gran categoría del asociacionismo formal persigue objetivos relativos al propio colectivo representado o base social de la organización (intereses sectoriales o parciales). Es aquí donde aparecen las asociaciones o grupos de interés y de presión: patronales, sindicatos, asociaciones profesionales y gremiales, cárteles de empresas, etc. Finalmente, además de estas variantes institucionales que se acaban de mencionar, existen en toda poliarquía un conjunto muy variado de asociaciones privadas que tienen un impacto sobre la opinión pública pero que, a diferencia de las anteriores, o no son organizaciones "políticas" en sentido estricto, esto es, con vocación de intervenir de manera permanente sobre las políticas públicas, aunque sí circunstancialmente (por

ejemplo, los colegios profesionales o las iglesias organizadas) o son directamente "asociaciones expresivas", es decir, asociaciones cuyo fin principal es la propia asociación (por ejemplo, asociaciones de tipo cultural, recreativo, etc.).

El conjunto de que se compone lo que denominamos "sociedad civil" se corresponde con el conjunto de acciones colectivas, tal y como las hemos definido, formales e informales. Pero, desde el punto de vista del funcionamiento de la política en los sistemas poliárquicos, las relevantes son, específicamente, el conjunto de acciones colectivas encaminadas a satisfacer algún tipo de demanda social (ya sea ésta referida a un colectivo social específico; a una parte de la sociedad que está afectada de una necesidad específica; o a toda la sociedad que requiere de la satisfacción de una o un conjunto de necesidades). El conjunto de acciones colectivas y las demandas sociales que representan y que se originan en la sociedad civil no forman un conjunto indefinido sino que son objeto de ciertas restricciones o encauzamiento por parte de la política institucional (del Estado y de los profesionales de la política). En la relación política que se establece entre sociedad civil y Estado se produce una mutua conformación entre las demandas de aquélla y las respuestas posibles de éste. De hecho, la composición y el carácter de la sociedad civil están filtrados por el tipo de "política institucional" posible, en este caso, en los regímenes poliárquicos.

Reconocemos la composición de la sociedad civil por medio de la expresión pública del conjunto de sus demandas políticas, y tal expresión pública encuentra un espacio propicio y rutinario en los medios. En este sentido, son los medios tipo 1 (prensa, radio y televisión masivas) los que garantizan la información a toda la sociedad de la actividad política de la sociedad civil. El conjunto de demandas políticas que de manera rutinaria aparecen como mensajes de los medios son:

- Lo que expresan los partidos políticos en los medios, en este caso como propuestas de "políticas públicas" o como "políticas públicas" efectivas (dependiendo de la capacidad de decisión que, previamente, hayan obtenido por

medio de las elecciones y su participación en el gobierno); la expresión de estos partidos en los medios, en términos generales y en principio, es aproximadamente correlativa a la representación real de estos partidos en el parlamento.

- Las demandas que expresan los denominados grupos de interés. Estos llevan a cabo una actividad política mayoritariamente anclada en las demandas establecidas por la actividad económica, esto es, la que animan las organizaciones de empresarios y las organizaciones sindicales; los medios difunden de manera rutinaria las demandas "políticas" de cada conjunto de organizaciones y la expresión de éstas en los medios tiende a ser correlativa a su capacidad de intervención en las políticas públicas que el gobierno despliega o prepara y el grado de afectación de sus demandas por parte de esas políticas. En términos generales, los sindicatos o las organizaciones de empresarios son objeto de los mensajes de los medios tantas veces como protagonizan conflictos o enfrentamientos sobre el tipo de "política pública" adecuada a sus demandas respectivas. En términos generales, también, el espacio mediático que se le otorga a cada uno de ellos es correlativo a su capacidad respectiva de presión sobre el gobierno o, lo que es lo mismo, los recursos disponibles para la negociación (entre ellos, y entre ambos y el gobierno) destinada a alcanzar la resolución de un determinado conflicto de intereses.

- Las demandas que expresan un conjunto de asociaciones diversas (caracterizadas por su actividad no política) culturales, sanitarias, educativas, profesionales, etc. cuando éstas requieren de las "políticas públicas" para la satisfacción de ciertas necesidades. En este caso, la expresión en los medios tiende a ser correlativa a la resonancia de la cuestión concreta (que cada asociación demanda en un momento determinado) sobre la sociedad global. En términos generales, cuando una cuestión de este tipo afecta a la mayor parte de la sociedad, los medios facilitan su expresión pública. Aquí, por tanto y en términos generales, la jerarquía de difusión pública se establece, desde el punto de vista de

los medios, no con criterios definidos desde la "política institucional" sino con criterios, en principio, puramente mediáticos de "noticiabilidad" (recordemos los criterios: de importancia de los sujetos implicados en la jerarquía social, de impacto sobre la nación o sobre la población, de repercusión futura o grado de ruptura respecto de la normalidad, etc.; estos criterios son aplicados una vez que la demanda concreta se configura en formato de noticia y éste es, por tanto, el primer criterio para que demandas de este tipo obtengan un mayor o menor grado de expresión pública).

- Las demandas que expresan los movimientos sociales diversos. En la medida en que estos movimientos sociales no forman parte en sentido estricto ni de la "política institucional" ni de la "sociedad civil" (en el sentido en que la hemos definido, y restringida por el funcionamiento de la política institucional poliárquica), sólo alcanzan expresión pública en los medios:

a- cuando con sus acciones fuerzan alguno de los criterios mediáticos de noticiabilidad (por medio de la ruptura de la normalidad o espectacularidad de sus acciones); en ese tiempo mediático del que se apoderan crean la ficción de formar parte de la sociedad civil con capacidad de intervenir en (como oposición a y/o complementación de) la política institucional o de ensanchar el término y extenderlo hasta un sentido de política general (no exclusivamente institucional ni profesional);

b- cuando utilizan como intermediarios de sus demandas a otras organizaciones de acción colectiva formal, o a organizaciones que en sentido estricto componen la sociedad civil, o a organizaciones que desarrollan actividad política más o menos próxima a la política profesional; en este caso su expresión en los medios es proporcional al valor político -establecido institucionalmente- y la trascendencia social de las organizaciones de las que se sirven.

Este tipo de demandas informales (procedentes de los movimientos sociales tradicionales, los nuevos movimientos sociales o los movimientos

específicos) tienen interés también por el uso que con frecuencia hacen de la protesta como un recurso político y que exige la intervención de los MCM. Esta situación ha sido bien examinada por Lipsky²⁹⁶, que la sintetiza así:

"definimos la actividad de protesta como un modo de acción política encaminada a poner en cuestión una o más políticas o condiciones; que se caracteriza por presentarse como espectáculo o por exhibir una naturaleza anticonvencional; y que se lleva a cabo para obtener ciertas gratificaciones de los sistemas político o económico sin dejar de participar en estos sistemas. El "problema de los que carecen de poder" por lo que se refiere a la actividad de protesta consiste en activar a un "tercer interlocutor" para que entre en la zona de negociación -explícita o implícita- de manera favorable a los que protestan. Este es uno de los pocos sistemas que tienen para "crear" recursos para la negociación. (...) Por tanto, cuando la actividad de protesta tiene éxito, se puede concebir que los públicos de referencia de los blancos de la protesta reaccionan -explícita o implícitamente- de tal manera que los grupos o individuos que configuran el blanco responden de una manera que favorece a los que protestan. (...)

[Los grupos de protesta] tienen que articular sus objetivos y seleccionar sus estrategias de manera tal que su aparición pública a través de los medios de comunicación de masas se maximice."

En resumen, por tanto, los medios proceden ofreciendo una jerarquización expresiva de las demandas políticas que coincide aproximadamente con la jerarquía -establecida institucionalmente²⁹⁷- de las

²⁹⁶ M. Lipsky, "Protest as a political resource", en American Political Science Review, diciembre de 1968, pág. 1144-1158. La cita corresponde a la págs. 1144-1146.

²⁹⁷ Por medio de los requisitos de organización, normativización de actividades y mecanismos regulados de expresión o difusión. Estos requisitos en sentido estricto se satisfacen en las organizaciones que realizan una actividad política profesional y en el marco de las instituciones políticas. El resto de organizaciones de acción colectiva se aproximan cada una de ellas en menor o mayor grado a esa situación o condición; de esta aproximación "a la política profesional" resulta una jerarquía de organizaciones que proporcionalmente al lugar que ocupan

organizaciones políticas que operan en las poliarquías, satisficiendo las condiciones de "representación política" y "expresión de las discrepancias", y donde la expresión de los medios y la forma en que proceden, es uno de los instrumentos poliárquicos para mantener las restricciones -definidas institucionalmente- con que debe operar la representación y la discrepancia política y, a la vez, es uno de los instrumentos con los que se restringe la acción de la sociedad civil (y también, y por tanto, su composición) y su relación con el Estado.

5.2. Las demandas políticas poliárquicas y el "filtro" de los medios.

Los medios se alimentan de la información que suministra la sociedad para producir mensajes con los que, a su vez, mantienen informada a la sociedad. Desde el punto de vista del papel político de los medios, o de su papel en el conjunto de la actividad política de una sociedad, tenemos que plantear la cuestión de si, en esta relación mediada (Sociedad-Medios-Sociedad), los medios "filtran" la información de tal manera que la sociedad tiene conocimiento neutro u objetivo de sí misma, o de tal manera que el conocimiento que la sociedad obtiene de sí misma por los medios responde a alguna lógica política (y en medio de la actividad política del conjunto de la sociedad)²⁹⁸.

en ella tienen posibilidad de intervenir en las "políticas públicas" y, en la misma proporción, tienen expresión en los medios. Estas son las condiciones fijas que establece el juego político poliárquico, pero esto no implica que sobre estas condiciones no se pueda intervenir: de hecho, cada vez que los movimientos sociales encuentran expresión en los medios -por la vía de la protesta mediática- han intervenido sobre las reglas o condiciones poliárquicas, o han intervenido sobre el flujo informativo que conecta a sociedad y medios.

²⁹⁸ La cuestión sobre el tipo de "filtro político" que constituyen los medios, tal y como la planteamos, no está encaminada a una reflexión sobre la intencionalidad ideológica de los mensajes de los medios o de un medio en concreto. Este tipo de preguntas sólo obtendrían respuesta en un trabajo de investigación sobre un medio, un tema y en un tiempo determinado. El planteamiento es aquí previo: ¿la actividad informativa de los medios forma parte del conjunto de la actividad política que una sociedad desarrolla? Si la respuesta a esta pregunta

Ante todo, veamos cuál es la imagen que el sistema político poliárquico difunde sobre sí mismo. Neubauer lo sintetiza eficazmente:

"Por definición, la democracia política de los Estados-nación exige un nivel mínimo de participación ciudadana en la toma de decisiones. Históricamente, el método más eficaz para institucionalizar dicha participación ha sido mediante alguna forma de gobierno representativo. Este mecanismo permite que los grupos de ciudadanos con preferencias comunes apoyen a unos representantes, que a su vez intentarán programar dichas preferencias como objeto de decisión del gobierno. Los grupos de representantes formarán coaliciones con el fin de garantizar que sus preferencias comunes tomen cuerpo en medidas públicas. Dado que las preferencias de la sociedad tienen probabilidades de variar en dirección e intensidad, una lograda puesta en práctica de la democracia política impone dos requisitos. Uno: debe darse una amplia comunicación de preferencias entre los grupos en competencia. Si no es así, resultará difícil a los grupos con preferencias comunes el unir sus recursos, de tal modo que las preferencias "mayoritarias" puedan ponerse en práctica con éxito. Más aún: en un nivel más básico, la comunicación es necesaria para conocer y articular las preferencias comunes. Dos: los grupos con preferencias contendientes en el seno de la ciudadanía deben ser socialmente adaptados a las normas procesales del sistema. Lo más importante es la aceptación de las normas de acatamiento, de forma que aquellos grupos que "pierdan" en una cuestión determinada (puesta en práctica de un conjunto de preferencias) no se retiren del sistema decisorio u opten por derrocarlo. En resumen, dos de las condiciones

fuese negativa, difícilmente podríamos preguntarnos por la intencionalidad ideológica de un conjunto de mensajes, o de un medio en particular. Para que un medio, o el espacio de un medio, pueda ser usado como instrumento político en favor de una ideología o de un grupo, previamente la actividad de los medios debe formar parte de la actividad política. La afirmación por parte de los profesionales de los medios de la "neutralidad informativa" parece no sólo negar "intencionalidad política" asociada a los mensajes, sino rechazar que esta actividad sea en sí misma política sólo porque forma parte del desarrollo normal de la actividad política.

primarias para el mantenimiento de cualquier sistema de democracia política son: 1) la comunicación entre los miembros del sistema político, y 2) la socialización según las "reglas del juego".²⁹⁹

Esta descripción sobre la expresión y articulación de preferencias en un sistema político democrático incluye de manera destacada, para las sociedades avanzadas y con un nivel de desarrollo tecnológico complejo, a los medios de comunicación de masas. Los medios operan desarrollando un papel político que se concreta en: uno, la posibilidad estratégica de convertirse en conectores entre los distintos grupos sociales y sus preferencias; y, dos, la característica comunicativa que los define como difusores de valores, en los términos que hemos indicado como "valores de ámbito nacional" o como valores que otorgan identidad nacional.

¿Cuáles son los sentidos en que los medios sirven de conectores y difusores para el sistema político? Como mínimo, los siguientes:

a. El papel político de los medios especificado en la expresión mediática de preferencias o demandas de los distintos grupos que representan alguna forma de acción colectiva (como hemos descrito en el apartado anterior) consiste en ofrecer una imagen global de la "representación política" efectiva -y de los elementos que la componen- de los sistemas poliárquicos.

²⁹⁹ Deane E. Neubauer. "La interpretación behaviorista. Algunas condiciones para la democracia". En Teresa Carnero Abat (ed.). Modernización, desarrollo político y cambio social. Alianza Editorial, Madrid 1992. Pág. 152. Neubauer expone sintéticamente, con esta cita, para su revisión crítica, la filosofía implícita de la actividad política institucional en las democracias liberales.

b. Por medio de la **imagen mediática** de esta representación, los medios ofrecen tanto **un marco de acción política posible** para el conjunto de la sociedad, como un marco simbólico -de valores compartidos- con el que conectar a representantes y representados (o con el que conectar a aquellos miembros que llevan a cabo alguna forma de actividad política con el conjunto de los miembros de que se compone la sociedad).

c. Con el marco de acción política posible, los medios ofrecen la separación entre representantes y representados requerida para el funcionamiento de la política institucional poliárquica: sólo y en la medida en que la sociedad en su conjunto reconoce como **acción política posible** aquella que llevan a cabo sus representantes ésta es **aceptada como legítima** y, en este reconocimiento de legitimidad, las instituciones del gobierno democrático fundan la aplicación de las políticas públicas que llevan a cabo y que, por definición, no pueden satisfacer a todas las partes implicadas, ni al conjunto de demandas de los ciudadanos³⁰⁰.

d. Por medio de la difusión en los medios del conjunto de demandas o intereses -diversos y en muchos casos opuestos- y de las políticas públicas -que priorizan unas demandas sobre otras, o unos intereses sobre otros- se garantiza que, a pesar de la separación necesaria para la actividad política entre representantes y representados, **el conjunto de la sociedad se perciba (en tanto que informada) conectada y formando parte del sistema político**³⁰¹.

e. Los medios ofrecen **un marco de expresión para las discrepancias entre los grupos y para las discrepancias de éstos con las reglas de gobierno**, sin que éstas

³⁰⁰ Entre otras razones porque las demandas procesadas por el sistema político no incluyen los intereses sociales sin capacidad de expresión organizada.

³⁰¹ Se observará que la unidad entre sociedad y sistema político en el funcionamiento de las poliarquías es, al menos parcialmente, una ficción producida en los medios pero que opera como realidad.

trasciendan a la misma expresión o sin necesidad de trascender -modificar, romper o derrocar- las reglas políticas establecidas para que puedan ser públicamente expresadas y, con ello, formen parte del espacio público en el que el sistema político poliárquico opera. De otra manera, el conjunto de demandas e intereses expresados en los medios están, primeramente, filtrados por la jerarquía política en la que opera la política institucional; en segundo lugar, expresan la discrepancia o la forma de conflicto tal y como se perfila desde aquella jerarquía; y finalmente, si las demandas o los intereses sobrepasan los márgenes posibles a los que la política institucional puede dar respuesta, éstos, en lugar de desvalorizar la actividad política, revalorizan el funcionamiento democrático que tolera -en la forma de expresión- incluso aquello que no puede aceptar (porque no puede resolverlo).

5.3. El valor relativo de la información como índice de democratización.

Con el fin de definir el sistema democrático -y su posible dependencia del desarrollo socioeconómico³⁰²- Deane E. Neubauer elabora "un índice de desarrollo democrático" a partir de las definiciones que aportan Downs y Dahl sobre el sistema político democrático y su funcionamiento. En dicho índice se incluyen cuatro indicadores básicos para la medida del "nivel de democracia" de cualquier sistema político moderno: a) Porcentaje de la población adulta con derecho a voto; b) Igualdad de representación por medio de la equivalencia en la importancia de todos los votos; c) Igualdad de información, y d) Competencia electoral entre partidos políticos.

³⁰² Precisamente D. E. Neubauer discute, en el texto citado, con aquellos (Lipset, Cutright, Lerner, Pye, Almond y Verba) que mantienen una correlación lineal entre "desarrollo socioeconómico" y "desarrollo político" -haciendo equivaler a éste con "democrático"- y afirma que por encima de un cierto nivel de desarrollo no es posible establecer ninguna relación de dependencia entre los factores socioeconómicos y políticos.

Lógicamente, el indicador que concentra nuestra atención es el referido a la igualdad de información:

"Como indicador de esta condición hemos empleado una medida que calibra el grado en que los ciudadanos de un país determinado disponen de fuentes múltiples de información. Esta medida se centra en los periódicos sobre la hipótesis de que, si hay un "pluralismo" considerable en esta esfera de comunicación de masas, existen claras probabilidades de que se dé también en otros ámbitos de comunicación. Con este indicador se pretende también medir el grado en que es pluralista la propiedad de la prensa"³⁰³

El indicador trata de integrar la estructura de la propiedad de los periódicos en las capitales nacionales y la población urbana. Nos propone una fórmula,

$$\frac{\text{Número de periódicos de de distinto propietario}}{\text{Promedio de circulación}} \text{ por } \frac{\text{Número de habitantes}}{\text{Número de habitantes}}$$

desde la que se puede establecer el número y circulación relativos de los periódicos en dichas capitales.

En su conjunto, el índice de Neubauer, y especialmente la definición de sistema político poliárquico de Dahl, ponen de relieve el papel destacado de los medios de comunicación de masas en el funcionamiento de las sociedades democráticas, pero desde nuestro enfoque la comprensión de dicho papel requiere de una mayor precisión en dos aspectos: uno, la hipotética interconexión de los indicadores del nivel de democratización por la actuación de los medios de comunicación de masas; y dos, una mayor especificación de la pluralidad

³⁰³ D. Neubauer, en T. Carnero, op. cit. pág. 159.

informativa estableciendo las relaciones de dependencia entre los medios de información básicos de la sociedad democrática -que no sólo incluya a la prensa, sino también a la radio y la televisión- desde los puntos de vista comunicacionales y económicos, o de otra manera, caracterizar tanto las dependencias informativas entre los tres medios como las dependencias y las relaciones de propiedad también entre los tres medios. Porque no es lo mismo, desde el punto de vista del funcionamiento político, que exista una pluralidad informativa o que dicha pluralidad informativa esté efectivamente al alcance de toda la sociedad. En principio, la pluralidad informativa puede chocar con una estructura de los medios (la organización social de la información y la concentración de la propiedad de los medios) y otorgarle un significado puramente aparente, y puede chocar con la estructura efectiva de la comunicación de masas (un uso específico de algunos medios como medios de masa más que el uso de otros medios) y anularla ³⁰⁴.

La hipótesis de la interconexión de los tres indicadores -población con derecho a voto, igualdad de representación y competencia entre partidos políticos- posibilita una interpretación del papel de mediación que desempeñan los medios como garantía de la pluralidad informativa. Pero, tanto la interconexión entre las tres partes diferenciadas políticamente de la población (los que votan, los que son representados y los que representan) como la información que de ellos se tiene por medio de la actividad mediática siendo principios

³⁰⁴ La pluralidad informativa es posible en el conjunto global de informaciones que producen los cuatro tipos de medios (1,2,3 y 4 que definimos en el capítulo 2 de la primera parte) pero, tal y como argumentamos allí, existe una estructura de la comunicación de masas que condiciona su accesibilidad, respecto de la población, de manera gradual. Lo que mostrábamos allí lo repetimos aquí en la forma de una idea escueta: el término "comunicación de masas" además de ser equívoco respecto de los medios técnicos que son su soporte o respecto del tipo de comunicación que la caracteriza, tiene el efecto de producir equívocos respecto de la interpretación de las reglas sociales que garantizan la información en las denominadas "democracias liberales".

democráticos garantizados son, al mismo tiempo, una ficción mediática y, por tanto, principios desarrollados prácticamente sólo parcialmente.

Respecto a esta interconexión entre los indicadores mencionados por la actuación mediadora de los medios podemos apuntar de antemano que, para el conjunto de los cuatro indicadores y en sus especificaciones internas en cada uno de los países democráticos, los medios actúan otorgando coherencia y legitimidad a las plasmaciones concretas de dichos indicadores y en cada país. El hecho de que, para el funcionamiento del sistema democrático, sea indiferente la competencia multipartidista o la competencia bipartidista, la definición de la edad legal de la población adulta que tiene derecho al voto, o los distintos sistemas de recuento de los votos y su plasmación en "representantes elegidos", etc., no es sólo por el respeto a las normas democráticas establecidas en cada uno de los países, sino que los medios propios de cada país ayudan al cumplimiento de tales normas informando de su validez y legitimidad como "propias", incluyéndolas dentro del conjunto de "valores nacionales" y, por tanto, y aunque no intencionadamente, eliminando la posible comparación fuera de las fronteras nacionales como vehículo para formular normas mejores porque las "propias" se presentan ya, previa comparación, con el sesgo de "las mejores" o "las normales".

PARTE IV. DE LA COMUNICACION POLITICA A LA COMUNICACION POLITICA MEDIATICA.

En la descripción de la estructura social de las sociedades de capitalismo avanzado mostrábamos los cuatro marcos de organización de las actividades y conductas sociales posibles: el proceso social de trabajo, la estructura poblacional, el sistema político y el sistema cultural. Por medio de las características descriptivas de estos cuatro marcos veíamos cómo los medios de comunicación de masas ofrecían al conjunto de la estructura social una red que servía para la conexión entre ellos, por medio de cual la sociedad se ofrecía al individuo como expresión de una totalidad integrada. Allí veíamos cómo la función de la reproducción social (que definimos en la parte II de este trabajo) se concretaba en la conexión e integración de los conjuntos estructurales que el funcionamiento de la sociedad compleja requiere y que ha resuelto en la forma actual de la comunicación de masas y los medios tipo 1 (ambos aspectos perfilados en la parte I de este trabajo). Veíamos, por último y por medio de las características más relevantes tanto del sistema político como del sistema cultural, cómo los medios operaban como la red social necesaria que garantizaba el funcionamiento articulado de ambos sistemas, y cómo, específicamente, el funcionamiento del sistema político demandaba la existencia de un soporte cultural que contuviese en su misma reproducción las restricciones y, a la vez, las posibilidades de cambio y libertad implicadas en las condiciones poliárquicas que caracterizan a las sociedades denominadas de "democracia liberal" (esto es, representación, pluralidad asociativa y discrepancia política).

En nuestra presentación del funcionamiento del sistema político poliárquico hemos destacado la relación que se establece entre la sociedad civil y el Estado, donde una opera, básicamente, demandando respuestas a las instituciones de poder para resolver las "necesidades sociales", y el otro ofrece paquetes de "políticas públicas" de carácter vinculante como decisiones que organizan los recursos producidos socialmente y como soluciones a tales

necesidades. Esta relación es, por definición, permanentemente inestable, sin embargo, por las restricciones (de composición y jerarquía) de la sociedad civil respecto del Estado y por el tipo de comunicación política que se establece entre ambos, la inestabilidad se reduce a tiempos y cuestiones; de esta manera, la relación se produce en medio de, al menos en apariencia, una situación de estabilidad.

En nuestro trabajo distinguimos, ahora sólo como primera aproximación, entre la **comunicación política** como expresión del flujo de comunicaciones derivadas y exigidas por la interacción entre "demandas" y "políticas públicas" que en la relación entre sociedad civil y Estado se establece; y la **comunicación política mediática** como expresión del tipo de relación entre sociedad civil y Estado que aparece en los medios. El objetivo de esta distinción es ofrecer, por medio de ella, los argumentos para: primero, formular una hipótesis sobre el papel político de los medios (los medios en la medida en que reproducen con sus mensajes el espacio público de las democracias liberales operan en ellas como agentes políticos que regulan y articulan la estabilidad e inestabilidad posible para el funcionamiento de ese sistema político); y para, en segundo lugar, ofrecer un modelo de análisis para la investigación de este papel político de los medios.

Para M. Gurevitch y J. G. Blumler³⁰⁵, cualquier formulación de la pregunta sobre qué es la comunicación política mediática equivale directamente a preguntarse por las relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política, a interrogarse sobre el papel político de los medios comunicación de masas, o a preguntarse por la instrumentalización que "la política" puede hacer de los medios de comunicación de masas. Estamos de acuerdo con este tipo de formulación, pero consideramos que lo que estos estudiosos plantean debe situarse más bien en un segundo momento -el que debe seguir a la definición de

³⁰⁵ M. Gurevitch y J. G. Blumler, "Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política: modelo para el análisis de sistemas de comunicación." En J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot (ed.). Sociedad y comunicación de masas. FCE. México 1981. Págs. 307-329.

la comunicación política mediática-, o incluso en un tercer momento, después de que se defina un modelo operativo para la investigación empírica de la cuestión. Es este tercer momento, al que Gurevicht y Blumler apuntan, desde donde se pueden ofrecer las caracterizaciones sobre los papeles políticos efectivamente atribuibles a los MCM, pero esto no es inmediatamente alcanzable: requiere, además de las fases de definición y operacionalización para el análisis, de múltiples investigaciones empíricas que ofrezcan conclusiones contrastadas y generales sobre el papel político de los medios. En nuestra aproximación pretendemos ofrecer una definición y posteriormente un modelo de análisis de la comunicación política mediática³⁰⁶. Pero no esperamos ofrecer ninguna conclusión sobre el papel político de los medios, sino sólo el resultado de un trabajo exploratorio y una forma de aproximarse a la investigación empírica; de hecho, incluso aunque algunas de las proposiciones - contenidas en esta parte del trabajo- tienen la forma de afirmaciones generales -o conclusiones- tienen que ser interpretadas como afirmaciones hipotéticas para la y pendientes de investigación empírica.

³⁰⁶ Hemos encontrado de manera dispersa definiciones de comunicación política mediática, pero constreñidas a un determinado tema político o algún aspecto político parcial. También hemos encontrado algunas formulaciones de modelos de comunicación política mediática. De todo ello iremos dando cuenta en las páginas que siguen. Sin embargo, no hemos encontrado una definición ya operacionalizada con vistas a investigaciones posibles (donde la misma definición organice los núcleos de atención que puedan servir de guía para la investigación), así como tampoco hemos encontrado modelos operativos generales que incluyan, y a la vez organicen, los ejes característicos del sistema político de la democracias liberales actuales desde el punto de vista de los MCM.

1. La comunicación política.

Una primera manera de establecer qué es la comunicación política es referirnos a una caracterización de los mensajes políticos objetivando la tarea de especificar para qué sirven y quiénes hacen uso de ellos.

Como veíamos en la Parte I de nuestro trabajo, toda comunicación contiene mensajes y signos que refieren -denotativa y connotativamente- a una determinada información (aquella que se quiere transmitir y que origina el proceso comunicacional), donde el significado de tales mensajes y signos es el resultado informativo (o comunicativo)³⁰⁷ del proceso que pone en conexión a emisores y a receptores de los mismos. Utilizando la misma terminología podemos establecer que la comunicación política contiene mensajes y signos; desarrolla un proceso en el que se conectan emisores y receptores; y da lugar a un resultado informativo del proceso -o a significados asociados al mensaje- que

³⁰⁷ Recordemos que en la parte I, cap. 1 de este trabajo, los modelos comunicacionales ofrecían un esquema del proceso de comunicación organizando los elementos comunicacionales dependiendo de la focalización distinta, que cada modelo realiza, sobre aquello que el proceso comunicativo posibilita: o la transmisión de información, o el significado asociado al mensaje. En aquel momento del trabajo, argumentamos que el proceso característico de la comunicación de masas se definía de manera más adecuada desde los modelos comunicacionales que destacan la elaboración de significados, dado que en la comunicación de masas se contiene un proceso unidireccional y dado que los receptores de este tipo de comunicación interpretan los mensajes de los medios desde contextos sociales radicalmente distintos al contexto organizacional y productivo de los medios. De otra manera, veíamos allí como el proceso comunicativo implicado en la comunicación de masas no posibilita el control del "output" informativo hasta que llega como "input" informativo a su destino. En el momento del trabajo que estamos, mantenemos la denominación de información o de significado para referirnos al resultado de la comunicación, por un lado porque ahora nos referimos a la comunicación política, y por otro, porque cuando -en páginas sucesivas- nos refiramos a la comunicación política mediática preferimos mantener la denominación neutra de la "información", tal y como los mismos medios caracterizan a un determinado conjunto de sus mensajes, pero señalado que al otro lado estarán los receptores asociándoles significados.

ahora se caracteriza por medio del calificativo "político". ¿Qué quiere decir esto? ¿Que los mensajes y los signos son de tipo político; que los emisores y receptores son o desarrollan alguna actividad política; o que el significado o la información como resultado del proceso tiene connotaciones políticas, y por tanto, implicaciones sobre alguna actividad política concreta? La respuesta parcial a este conjunto de preguntas nos lleva tanto a la afirmación como a la negación de sus enunciados. Veamos como:

a- la comunicación política puede contener mensajes políticos (en el sentido de que se sirve directamente de signos políticos) que determinan su interpretación y tiene, por ello, implicaciones en la actividad política;

b- la comunicación política puede contener mensajes que no se sirven de signos políticos pero que, al interpretarlos, se les asocia un significado político y con implicaciones, por tanto, en la actividad política;

c- en la comunicación política pueden intervenir tanto emisores y receptores sin vinculación directa a alguna actividad política, como emisores y receptores vinculados a la actividad política; ambos tipos de emisores y receptores forman parte de ella si el resultado informativo o el significado asociado en el proceso contiene o connotaciones políticas o implicaciones para la actividad política.

Esta forma de responder a las preguntas sirve para apuntar, de manera indirecta, una primera caracterización o criterio para discriminar qué forma parte y qué no forma parte de la comunicación política. Las caracterizaciones políticas contenidas en a, b y c (respectivamente, de mensajes políticos, de significados políticos y de emisores y receptores políticos) dependen no de la "cualidad" intrínseca más o menos política de los elementos comunicacionales que intervienen, sino del contexto en el que se produce este tipo de comunicación y por el que se califica a todo el proceso y -por derivación- a sus elementos (mensaje, significado y emisores y receptores) como comunicación política. Por

tanto, para que una comunicación pueda ser denominada "política" debe producirse en el contexto que así la determina: es el contexto político que, abandonando la terminología estrictamente comunicativa con la que ahora hemos operado, denominamos espacio público.

1.1. El espacio público de la comunicación política.

En principio, pues, es el espacio público en el que se produce una determinada comunicación el criterio relevante que condiciona, a su vez, el hecho de que ésta pueda tener efectos sobre la actividad política, y el que determina que esa específica comunicación quede integrada en el conjunto que denominamos comunicación política. Pero acotar terminológicamente y sociológicamente qué es el "espacio público" requiere de algunas consideraciones previas:

1. El espacio público como opuesto al espacio privado.

Por medio de esta oposición estamos apelando a una caracterización dicotómica de la vida social de cualquier individuo. Se parte del reconocimiento implícito de que los individuos como seres sociales desarrollan un conjunto de acciones, unas, bajo la mirada externa o pública de cualquier otro u otros actores sociales indeterminados y, otras, fuera del alcance de la mirada externa o pública (si, en este caso, existen actores que miran o participan de tal acción son actores sociales determinados y elegidos por el mismo individuo). En términos generales, podríamos decir que:

a- en el espacio público los individuos desempeñamos roles o papeles sociales elegidos³⁰⁸ o interpuestos en el conjunto de actividades que podemos realizar (básicamente, los roles profesionales, políticos, culturales o sociales); esos roles son elegidos porque cada uno de ellos puede ser sustituido por otro (como

³⁰⁸ R. Ellis y A. McClintock. Teoría y práctica de la comunicación humana. Paidós, Barcelona 1993, págs. 129 y ss.

puede ser sustituida una actividad por otra) o, simplemente, puede ser eliminado sin que ello imposibilite nuestra vida social;

b- en el espacio privado los individuos desempeñamos roles asignados³⁰⁹ socialmente (padre, madre, hijo, esposa etc.) en mayor o menor grado, y establecidos en el vínculo social primero -condicionado por el hecho de nacer en una sociedad- que nos une a otros.³¹⁰

³⁰⁹ R. Ellis y A. McClintock, op. cit., págs. 126 y ss.

³¹⁰ Nótese que para poder elegir el tipo de actor social que cualquier individuo puede ser hay que necesariamente situarse en el espacio público, y que cuando el individuo opera en un espacio privado no elige su rol, sino que en ciertos casos puede elegir la composición de este espacio privado (los otros actores, interlocutores o miembros de su vida privada). Con esta diferencia de elección (papel público elegido, papel privado asignado) podríamos caracterizar también el espacio público social en contraste con el espacio privado social. Este contraste apoyaría la idea de que la sociedad impone, para cada individuo, la condición de "ser social", pero en esta imposición no se incluye el tipo de espacio público social en el que el individuo se desenvuelve. De hecho, en principio, en las sociedades modernas el espacio público social es una elección que lleva a cabo el conjunto de la sociedad y por la que se determina un marco de acción social más amplio (y más complejo) que aquel mínimamente necesario (privado). Esta elección, en las sociedades a las que aquí nos referimos, se concreta en el espacio en el que se desenvuelve la "ciudadanía". Otro tipo de sociedades (como las basadas en formas de esclavitud) mostrarían, por medio del mismo contraste de papeles sociales al que nos referimos aquí, una imposición del papel social tanto en el ámbito privado como en el ámbito público y, por tanto, una no diferenciación de espacios comunes al conjunto de los individuos, o mostraría que los espacios sociales son propios de un conjunto de individuos y no de otros. Ejemplo de este tipo de sociedad y de ciudadanía restringida, impuesta en la asignación restringida de papeles sociales que posibilita el acceso a papeles públicos sólo a una parte de los miembros que componen sociedad, es la democracia ateniense de la época clásica o la expresión ideal de la República de Platón. Véase, Aristóteles, *Política*, Prol. y trad. de C. García Gual y A. Pérez Jiménez, Alianza, Madrid 1986, y Platón, *La República*, Introd. M. Fernández Galiano. Alianza, Madrid 1987.

2. El espacio público político y el espacio público no político³¹¹.

Del conjunto de actividades y papeles que realizamos en el espacio público unos son calificados como políticos y otros no; en nuestras sociedades (que ya han operado la separación entre política, en su sentido más general, y política institucional, a la que nos referimos en la parte anterior) el criterio de distinción entre ambos coincide con la diferencia entre el ciudadano activo y el ciudadano pasivo, entre ciudadanos que forman parte e intervienen activamente en el proceso de la política pública o no.

3. El espacio público como resultado de la "publicidad" de conductas y actores sociales.

Una conducta o un actor social forman parte de "lo público" en cuanto tienen conocimiento de ellos no sólo los inmediatamente implicados en la conducta o los inmediatamente vinculados a un actor social sino un número indeterminado de individuos (desafectados directos por la conducta o el actor).

En estos tres pasos previos para la caracterización sociológica del espacio público se contiene el significado del espacio público que posibilita y determina la comunicación política; el punto de interacción o síntesis entre los tres pasos indicados conforma propiamente el "espacio público político". Sin embargo, por un lado aquello que denominamos espacio público contiene también referencias

³¹¹ En la filosofía griega (en la *Política* de Aristóteles) coincidían el espacio público y el político de manera estricta; lo que estaba claramente separado era la actividad política y la actividad económica, donde la primera se encaminaba a perseguir "el objetivo de la vida común" o "pública", y la segunda el objetivo privado o económico. Hoy la separación entre actividad política y económica no es tan clara: la actividad política está preñada de intereses económicos, y la actividad económica acompaña a multitud de intereses políticos. Ello a pesar de que se reconoce generalmente al capitalismo -por oposición a las sociedades tradicionales- la introducción de una separación institucional entre ambas esferas, económica y política.

al espacio o esfera privada; y por otro, es un espacio común o publicitado. Pero tanto la esfera privada como todo lo que es publicitado pueden promover -en principio y sin otras caracterizaciones- una comunicación política. Por tanto, el espacio público contiene todo aquello que promueve la comunicación política y es el lugar donde ésta se produce; el espacio público es todo aquello publicitado (incluyendo una parte de la esfera privada publicitada) que promueve la comunicación política (en este sentido es, también, sólo una parte de lo publicitado).

Veamos a partir de aquí de qué se compone (actividades y actores) el espacio público político. K. B. Jensen propone esta síntesis de la interpretación que hace Habermas del espacio público³¹²:

³¹² K. B. Jensen, The Social Semiotics of Mass Communication, Sage, Londres 1995, pág. 59

CUADRO 9:

Modelo de la Esfera Pública, K.B. Jensen, The social Semiotics of Mass Communication. Sage, Londres 1995, pág. 59.

| | | SOCIEDAD | | ESTADO |
|-------------|--|---|---|--|
| | | Esfera interna | Esfera pública cultural | El Estado y las agencias que garantizan la infraestructura material, la estabilidad económica general, la aplicación de las leyes, y la regulación de los conflictos entre capital/trabajo, por medios coercitivos, legales e ideológicos. |
| Objeto | | Religión, sexualidad, emoción, amistad, etc. | Sermones religiosos, arte, literatura, música, etc. | |
| Institución | | Familia. | Organizaciones, Clubs. | |
| | | Esfera social | Esfera pública política | |
| Objeto | | Actividad económica privada y venta/compra de mercancías incluyendo el trabajo. | La "política" y la "economía" incluyendo temas de debate social (issues). | |
| Institución | | Empresas y comercios privados. | Organismos del Parlamento representación de partidos y la prensa. | |

El modelo de Habermas presenta a la sociedad compuesta de dos esferas o espacios, la privada y la pública³¹³, y en relación con ellas, pero conceptualmente separado, el Estado. Formando parte del espacio privado distingue entre lo que en el cuadro se denomina esfera íntima³¹⁴ y la esfera social. Y formando parte, a su vez, del espacio público distingue entre la esfera pública cultural y la esfera pública política. Si aplicamos nuestra anterior reflexión a este modelo, tenemos que reconocer que la comunicación política concide con la comunicación que se produce exclusivamente dentro del espacio concreto de la "esfera pública política". Pero, y excluyendo de momento la "esfera íntima", ¿no se produce comunicación política en los ámbitos en que se desarrollan las actividades económicas y culturales (que pertenecen respectivamente, según el modelo, a la esfera social privada y a la esfera pública cultural)? Habermas nos propone entender el conjunto de la esfera pública (cultural y política) como las actividades y discursos sociales que las sociedades (industriales y burguesas) desarrollan como medio de comunicación y relación con sus Estados. En su interpretación, la esfera pública coincide con la emergencia de la sociedad civil y de los estados-nación; la comunicación política es la que se produce en esta esfera y podría ser caracterizada como el tipo de discurso que media en las relaciones y en los intercambios entre sociedad civil y Estado. Este discurso es necesariamente público y político (en él se

³¹³ En la reflexión de J. Habermas, la separación entre esfera íntima y esfera pública se produce cuando socialmente se separan el poder político y las formas de reproducción económica y esta separación coincide con el desarrollo del mercado. Es por medio del mercado como se produce una esfera social que se independiza progresivamente del poder público; y, al tiempo que se consolida esta esfera social, se produce también la autonomía de un espacio privado al margen de los intercambios mercantiles. Véase J. Habermas, Historia y crítica de la opinión pública., La transformación estructural de la vida pública. Gustavo Gili. Barcelona 1981, pág. 172.

³¹⁴ La esfera íntima se promueve socialmente en el tipo de familia nuclear patriarcal que empieza a cuajar como característica de la sociedad burguesa. Habermas señala además que el reconocimiento social de la "intimidad" es un hecho nuevo que viene aparejado con esta nueva forma social. J. Habermas, op. cit., págs. 80-1.

intercambian y debaten los criterios y los datos sobre cómo organizar la vida social).

Dejando de lado la evaluación que puede hacerse sobre este punto de la filosofía de Habermas -baste decir aquí que contiene un alto potencial ideal o utópico³¹⁵-, reconocemos que en él se aclaran muchas de las connotaciones e implicaciones mutuas que se pueden establecer para la caracterización del espacio público y de la comunicación política.

La comunicación política se puede caracterizar, ahora, como:

a- el intercambio de mensajes que se establece entre sociedad civil y Estado;

b- por medio de actores concretos (individuos, grupos, instituciones) que intercambian criterios y datos sobre la organización social demandada o necesaria;

c- que operan en el espacio público porque la actividad en la que están implicados afecta al conjunto de la vida social y no a la vida particular de uno o varios individuos (pero desarrollándose en actividades privadas o íntimas); y que,

d- por la coincidencia de todas estas condiciones, cada uno de los elementos que la componen pueden ser caracterizados como "políticos".

³¹⁵ Véase K.B. Jensen, op. cit. págs. 59-61. Destacamos también la crítica de P. Dahlgren, que califica a la filosofía de Habermas de excesivamente abstracta y excesivamente ideal (alejándose de lo que en realidad podía ser el espacio público burgués que originó su modelo); este autor critica también a Habermas por el hecho de que en su modelo abstracto, al distinguir entre esfera privada y pública (donde opera la sociedad civil), no contempla suficientemente la dimensión de clase (y las condiciones asociadas a ella, y por las que -en el siglo XVIII- se reducen a la mínima expresión tanto a la sociedad civil como al espacio público), ni contempla la distinción de género y con ella la desaparición completa de la mujer en el espacio público y en la sociedad civil. P. Dahlgren, "El espacio público y los medios. ¿Una nueva era?", en L. Veyrat y D. Dayan (comp.) Espacios públicos en imágenes, Gedisa, Barcelona 1997, págs 245 y ss.

1.2. La comunicación política como la comunicación de la sociedad civil y del Estado en las democracias liberales.

La interpretación de la comunicación política que hemos hecho a partir del modelo de Habermas puede ser aplicada a la caracterización del tipo de comunicación política que se produce en las democracias liberales. En lo fundamental, se mantiene el esquema señalado: es una comunicación referida a un "espacio público" y "a la relación comunicativa que se establece entre sociedad civil y Estado", pero añadiendo las nuevas condiciones que las sociedades actuales imponen a esta relación.

1. Desde la década de los setenta en adelante, las democracias liberales de los países de capitalismo desarrollado culminan la consolidación y ampliación de lo que se conoce como Estado del Bienestar, un complejo institucional que aglutina a buena parte de las políticas públicas demandadas por la sociedad civil; donde la aplicación de estas políticas públicas en cierta forma se ha automatizado; y con el que las relaciones o intercambios entre sociedad civil y Estado se han institucionalizado (incluyendo la comunicación política que entre ellos se establece) con fines de perfilar o negociar las condiciones en que ese Estado del Bienestar se desarrolla.

Por esta condición, el espacio público está ocupado por el conjunto de actores sociales que demandan ciertas condiciones de aplicación en la satisfacción de necesidades garantizadas por el Estado del Bienestar y por los representantes establecidos en el gobierno y el funcionariado del Estado encargados, en conjunto, de satisfacer tales necesidades. Pero también está ocupado por el conjunto de la sociedad que expresa satisfacción o insatisfacción con las soluciones y políticas que se le ofrecen. Esta sociedad amplia está mediada por las asociaciones y organizaciones diversas que promueven y defienden el mantenimiento del Estado del Bienestar y, generalmente, se expresa por medio de ellas, pero también puede expresarse de manera espontánea individualmente, en grupos pequeños o en multitudes; en este caso lo que se produce es una expresión política mediada

por lo que se denomina "movimientos espontáneos o específicos" (aglutinados por y alrededor de un tema de demanda social³¹⁶).

El contenido que se debate en el espacio público se corresponde, en primer lugar, con el contenido del Estado del Bienestar y que, en las condiciones actuales, contiene un conjunto de garantías institucionales -que ofrece el Estado- para satisfacer necesidades o demandas sociales: la sanidad, la educación, el subsidio por jubilación o desempleo etc.; servicios de creación y mantenimiento de bienes públicos (parques, carreteras, hospitales, escuelas, museos, centros recreativos y deportivos, etc.); servicios de bienestar y calidad de vida (incluyendo protección social de índole diversa, económica, jurídica, social, etc.) para la infancia, la tercera edad, la mujer, etc. Todo esto se constituye en tema de debate del "espacio público". Y, actualmente, se incluye también el Estado del Bienestar como cuestión en sí misma, esto es, lo que se ha dado en llamar la "crisis del Estado del Bienestar" o la imposibilidad de garantizar bienes necesarios y socializados, por parte del Estado, y todos a la vez, y operando al mismo tiempo en un sistema económico liberalizado³¹⁷.

2. La composición actual de la sociedad civil promueve un "espacio público" estrechamente ligado a los intercambios económicos (es decir, que ha recuperado buena parte de la "esfera social privada" en los sentidos en los que la

³¹⁶ Un prototipo contemporáneo de estas acciones son los grupos denominados, en Estados Unidos, PIG ("public interest group", grupo de interés público).

³¹⁷ C. Offe prefiere referirse no al paquete de bienes socializados que se garantizan desde el Estado, sino al conjunto de instituciones y administraciones que proveen -por vía pública- los bienes necesarios para el funcionamiento de la sociedad capitalista que, a su vez, depende del ciclo económico de esa sociedad. En las actividades que realizan este conjunto de instituciones y administraciones no sólo incluye la satisfacción de necesidades sociales sino también los instrumentos y mecanismos por los que se favorece el funcionamiento económico. Estas instituciones y administraciones, por razones de propiedad del capital y de mercado, no pueden verdaderamente intervenir en las condiciones y ciclos económicos de la sociedad capitalista a la que, sin embargo y paradójicamente, satisfacen de necesidades. En esto último radica, según este autor, la contradicción principal del Estado del Bienestar. Véase. C. Offe, Las contradicciones en el Estado del Bienestar, Alianza Editorial, Madrid 1990; la presentación de esta idea en las págs. 28-29.

perfilaba el modelo de Habermas). De hecho, en gran parte no se debaten las necesidades sociales sino los intereses de las organizaciones de que se compone la sociedad civil, así como se discute sobre los intercambios económicos que deben acompañar o facilitar la satisfacción de necesidades. Baste añadir a esto el hecho de que una parte importante en la composición de la sociedad civil corresponde a organizaciones que defienden intereses -directa o indirectamente- económicos y no generales.

3. La esfera íntima privada -definida por Habermas- hoy está parcialmente fusionada con y condicionada por el consumo (con la publicidad de los medios de comunicación de masas) y ella misma se ha convertido en objeto de consumo (como contenido de los medios), en el sentido de que se ha operado un proceso de publicidad de la esfera íntima que la ha devuelto al espacio público y la ha convertido también en objeto de demandas públicas y en cuestión que origina asociaciones colectivas en el seno de la sociedad civil.

4. Los nuevos movimientos sociales han ensanchado el conjunto de temas de debate público y de demandas políticas, y con ellos, por un lado se ha ampliado el contenido posible de la comunicación política, y por otro, al apelar a un cambio cualitativo de la política y de la comunicación en la que se puede sustentar³¹⁸, además de ampliar el contenido de aquella presionana para desplazarlo. Como expresa Dahlgren³¹⁹.

"Estos movimientos se manifiestan en dominios variados: el ambiente, el desarme, las condiciones sociales y los derechos jurídicos de las mujeres, los

³¹⁸ Una buena síntesis de las implicaciones políticas de los nuevos movimientos sociales en C. Offe, Partidos políticos y nuevos movimientos sociales. Sistema. Madrid 1988. Cap VI, "Los nuevos movimientos sociales cuestionan los límites de la política institucional".

³¹⁹ P. Dahlgren, "El espacio público y los medios. ¿Una nueva era?", en I. Veyrat y D. Dayan, op. cit. págs. 258-9.

menores de edad, los grupos étnicos y raciales, los problemas de política social tales como el alojamiento o la seguridad social.(...)

Si bien esos movimientos en su mayoría son progresistas, existen igualmente algunos de tipo conservador y reaccionario, como las diversas ramas derechistas de los movimientos cristianos de los Estados Unidos y los grupos racistas que en Europa se oponen a la inmigración(...). Sus bases políticas se sitúan fuera de los partidos políticos establecidos, aunque a veces ocurre que sellen alianzas pasajeras con esos partidos o con organizaciones más tradicionales como los sindicatos.

Uno de los rasgos más significativos de estos movimientos es el que a menudo vinculan las experiencias de la vida cotidiana, sobre todo las de la esfera privada (familia, barrio, etc.), con una visión normativa que traducen en intervenciones políticas. Uno de los principales factores de su éxito es el de que disponen de una tecnología informática y de comunicación que puede obtenerse a precios accesibles....".

En definitiva, los nuevos movimientos sociales de las democracias liberales están generando un cambio de espacio público, condicionado principalmente por los nuevos temas para el debate político que con ellos se producen: por ellos, y en términos generales, podríamos afirmar que la política sobrepasa las dimensiones establecidas por la política institucional poliárquica, ya sea poniendo en cuestión los límites impuestos al desarrollo de la democracia (por medio de las demandas progresistas) para saltárselos y, con ello, transformar el sistema político poliárquico hasta alcanzar una nueva forma de implantación de la democracia; o ya sea interpelando a las condiciones del sistema social de este tipo de sociedades hasta retrotraerlo (por medio de demandas reaccionarias) a cualquier forma previa a la poliárquica.

Estos movimientos sociales de nuevo cuño han revolucionado también, como sintetiza Dahlgren³²⁰, la forma de comunicación política con el flujo de información rápida que implica el uso de las "cartas informativas" para conectar a simpatizantes e implicados directos de estos movimientos y para difundir sus demandas al resto de la sociedad³²¹.

5. Así como en Habermas la esfera cultural ya estaba incluida en la consideración del espacio público, una de las características del espacio público de la sociedad actual es precisamente la dificultad de establecer netas diferencias entre los sentidos políticos y culturales, pero también económicos (por razón de lo que hemos caracterizado en el punto 2 de esta serie de nuevas condiciones que ahora apuntamos), que se contienen en los debates que se producen en el espacio público.

Al respecto, nos sirve de ejemplo lo que expresa C. Offe de ciertos movimientos colectivos que brotan alrededor de cuestiones como la preservación de edificios históricos; o los que practican el jogging o la bicicleta y demandan espacios urbanos para tal fin; o la exigencia de calidad y seguridad de productos de consumo (electrodomésticos, juguetes infantiles, alimentos etc.) etc.; "que aun no siendo "políticos" en ningún sentido tradicional" expresan un problema que demanda soluciones políticas³²² (y, añadimos nosotros, que aun no siendo

³²⁰ Idem.

³²¹ Estas "cartas informativas" sirven como comunicados políticos para hacer público un acto, una demanda, una postura determinada delante de un hecho concreto, etc.; sirven como instrumento político al que podría asociársele el significado de "convocatoria" alternativa a la política institucional cuyo objetivo es movilizar para reflexionar o actuar (básicamente, en forma de manifestaciones o de actos con representaciones distintas a las de la política institucional); se difunden utilizando medios de comunicación destinados a otros usos y en manos de otro tipo de organizaciones colectivas (prensa, revistas políticas, académicas, culturales, etc.) y utilizando medios técnicos informáticos.

³²² C. Offe, Las contradicciones en el Estado del Bienestar, Alianza Editorial, Madrid 1990, pág. 166.

organizaciones económicas movilizan economías, o que no siendo movimientos culturales expresan cambios de valores sobre el consumo, los bienes culturales o las condiciones de vida).

6. El proceso de globalización de la cultura, la economía y la política en el que se hallan inmersas las distintas sociedades produce, en el espacio público de cada una de ellas, una sobredimensión de las cuestiones políticas posibles en el seno de las democracias liberales y una sobredimensión de la relación entre sociedad civil y Estado. Esta sobredimensión tiene el efecto de que, lo que realmente denominamos "político" (ya sea comunicación o actividad), supera las fronteras geográficas de los estados nacionales y, con ello, tiende a ampliar el espacio público y el tipo de comunicación política en la que se sustenta. Este proceso, junto con los problemas que se plantean para el mantenimiento del Estado del Bienestar, el mismo P. Dahlgren lo caracteriza como una situación de "crisis":

"En su condición de entidad política, el Estado-nación pasa hoy por una profunda crisis, abrumado como está por los problemas de gestión y de legitimación. Esa crisis está acompañada de un movimiento de dispersión de la producción y de internacionalización de los capitales. Las economías nacionales están cada vez más controladas desde el exterior de las fronteras y dependen del contexto económico mundial."³²³

1.3. La comunicación política inherente al proceso político.

Para ofrecer una definición de la comunicación política hemos requerido, previamente, de la caracterización del espacio público en el que se desarrollan las actividades políticas de las democracias liberales, esto es, tal espacio es ante todo el lugar donde se desenvuelve la relación entre la sociedad civil (caracterizada en

³²³ P. Dahlgren, op. cit. pág. 257. Para una buena caracterización de los usos y abusos del término "globalización", véase A. McGrew, "A Global Society?", cap. 2 de S. Hall, D. Held y T. McGrew, Modernity and Its Futures, Polity Press, Cambridge 1992.

función de los intereses múltiples -económicos, políticos y culturales- que la definen) y el Estado (concentrado en el despliegue de actividades que satisfacen el Estado del Bienestar y condicionado por las dificultades que actualmente le acompañan); y por las nuevas condiciones sociales, hoy, es el espacio que expresa una relación entre sociedad civil y Estado crecientemente compleja por los cambios que operan internamente -en el Estado-nación- en la significación de lo político (especialmente, cambios promovidos por los nuevos movimientos sociales), y por los cambios que operan externamente -contenidos en el proceso de globalización- afectando a los perfiles geográficos y a las condiciones de la configuración del Estado-nación. Estos dos niveles de cambios internos y externos que afectan a las relaciones políticas en el seno de los Estados-nación de las democracias liberales condicionan, a su vez, el significado actual de lo político.

Este espacio social, así caracterizado, es el contexto en el que se produce la comunicación política: es el contexto en el que se determinan los mensajes políticos posibles y los marcos posibles de interpretación; y es el contexto en el que operan los actores posibles que pueden intervenir como emisores y receptores de la comunicación política.

Para dar cuenta de los niveles que operan en el proceso de comunicación política requerimos de una interpretación del proceso político que sea, al tiempo que descriptivo del contenido actual de "lo político", susceptible de ofrecer una visión sistemática de los actores-emisores de la comunicación política, de sus mensajes y de los tiempos políticos que acompañan a este tipo de comunicación e implícitos en el desenvolvimiento actual y normal de la vida pública de nuestras sociedades. La descripción del "proceso político" que satisface las condiciones requeridas por este trabajo nos la ofrece C. Offe³²⁴:

³²⁴ C. Offe. Contradicciones en el Estado del Bienestar. Alianza Editorial, Madrid 1990, págs. 148-150.

"Este proceso puede óptimamente concebirse como algo consistente en tres hileras o escenarios acumulativos de conflicto. El primero y más obvio es el escenario de la *toma de decisiones políticas dentro del aparato estatal*. Sus actores son élites políticas que compiten entre sí por victorias electorales y recursos limitados. Ellos deciden sobre planificación social, legislación y presupuestos. Este es el nivel más visible y superficial de la política, el publicitado por los media e implicado allí donde el ciudadano es llamado a actuar con arreglo a su papel político, como votante por ejemplo.

Pero éste no es, en modo alguno, el único nivel en que se genera, distribuye y utiliza poder político. Pues el espacio para posibles decisiones de élites políticas está determinado por fuerzas sociales que, a un nivel menos visible, configuran y cambian la perspectiva y la percepción de la realidad de los políticos, esto es, las alternativas abiertas a la toma de decisiones y las consecuencias a esperar de cada alternativa. Este es el nivel en el que se determina la agenda de los políticos y la prioridad relativa de asuntos y soluciones, y al que resulta condicionada la duración de alianzas y compromisos. A este nivel es más difícil identificar actores específicos(...)

[Es la] *matriz de poder social* [o segundo nivel del proceso político] en cuya virtud clases sociales, actores colectivos y otras categorías sociales tienen mayores oportunidades de configurar y reconfigurar la realidad política, abriendo o cerrando la agenda política.(...)

Bajo este segundo nivel de la política (la matriz de poder social) existe, sin embargo, un tercer nivel donde se producen cambios dentro de la propia matriz, esto es, cambios en el "peso" relativo de los actores a la hora de configurar la agenda política (...) La lucha por *la redistribución del poder social* es lo que acontece en el tercer y más fundamental nivel de la política."³²⁵

³²⁵ Los paréntesis [] y el destacado en "negrita" son añadidos nuestros al texto original.

Si elaboramos esta propuesta de Ofte con objeto de ubicar conceptualmente la comunicación política, tenemos que:

1. En el **primer nivel del proceso político** (donde se produce *la toma de decisiones políticas dentro del aparato estatal*), podemos definir **la comunicación política como:**

1.a. El **conjunto de mensajes** por medio de los cuales la élite política y administrativa discute, negocia y acuerda las políticas públicas (medidas y aplicación de las mismas, asignación de recursos económicos y legales que las hacen posibles).

1.b. Los **emisores y receptores directos** (porque ejecutan y deciden principalmente el contenido de los mensajes políticos) son los actores de la élite política del poder incluyendo, por un lado, los políticos profesionales elegidos como representantes en el gobierno (la representación en el Parlamento de los partidos políticos que concursan en las elecciones democráticas); incluyendo, también, los cargos políticos que operan como gestores del Estado (ministros); e incluyendo, por último, el conjunto de los altos funcionarios del Estado (del aparato ejecutivo y judicial) encargado de aplicar las decisiones contenidas en este primer tipo de mensajes políticos;

1.c. Los **emisores y receptores indirectos** (ni ejecutan ni deciden, en principio, el contenido de los mensajes políticos) son los medios de comunicación de masas que "publicitan" estos mensajes y los difunden al conjunto de la sociedad general.

2. En el **segundo nivel del proceso político** (*la matriz del poder social*) podemos definir **la comunicación política como:**

2.a. El **conjunto de mensajes** por medio de los cuales se presiona a la élite del poder político (a los representantes en el gobierno y a los altos cargos políticos

y funcionariales del Estado) para que la toma de decisiones (del primer nivel del proceso) se oriente en una dirección antes que en otra.

2.b. El conjunto de emisores y receptores que intervienen en este nivel de la comunicación política no es tan visible en la medida en que, como dice el mismo C. Offe, "[a] este nivel es más difícil identificar actores específicos³²⁶". Los actores de este nivel del proceso político intervienen como "fuerzas condicionantes" que crean la agenda y el orden de prioridad para las decisiones políticas. El conjunto de mensajes políticos con los que funcionan adquieren tantas formas diversas como las formas posibles con las que presionan sobre el primer nivel de la política: "el segundo nivel consiste en configurar el espacio de la acción política por el ejercicio del poder de veto, extorsión, amenaza, movilización y discurso social sobre asuntos políticos, o simplemente la fuerza silenciosa de la "reacción anticipada"..."³²⁷.

Estas fuerzas condicionantes pueden presentarse al primer nivel de la política en forma de acontecimientos del medio internacional (guerras, revoluciones, actividades concretas de organismos políticos internacionales, catástrofes o amenaza de catástrofes internacionales, etc.), o en forma de acontecimientos nacionales (políticos, económicos, culturales y sociales). Los actores políticos que intervienen, por tanto, como **emisores y receptores directos** de la comunicación política en este nivel son el conjunto de interlocutores que expresan o reflejan en algún grado estas fuerzas condicionantes y que tienen, por tanto, capacidad de presión sobre la toma de decisiones políticas.

Respecto de los acontecimientos internacionales podemos incluir como emisores y receptores de la comunicación política, en términos generales y en principio, el conjunto de organismos políticos, económicos, culturales y sociales

³²⁶ C. Offe, op. cit., pág. 149.

³²⁷ C. Offe, op. cit. pág. 150.

que llevan a cabo actividades -diversas- transnacionalmente, y como interlocutores directos, a sus representantes o líderes. En el mismo sentido, respecto de los acontecimientos nacionales podemos incluir, en términos generales y en principio, el conjunto de organismos políticos, económicos, culturales y sociales que llevan a cabo actividades -diversas- nacionales, y como interlocutores directos, a sus representantes o líderes. En este último caso, y como fuerzas condicionantes con capacidad de presión en la toma de decisiones, podemos enumerar como emisores y receptores de la comunicación política a los líderes de las organizaciones que componen la sociedad civil; pero también al conjunto de la sociedad más anónima, capaz de presionar por medio de "la fuerza silenciosa" -a la que se refiere C. Offe- del no-voto y la abstención en las elecciones, o por medio de una especie de apatía e inactividad social con consecuencias políticas.

2.c. El conjunto de **emisores y receptores indirectos** de este segundo nivel del proceso político que contiene la comunicación política se compone, por un lado, de la sociedad en general (en este caso, como receptora de la información del conjunto de los acontecimientos referidos); por otro, de los medios como difusores de estos acontecimientos al conjunto de la sociedad; y por último, pero principalmente, de la élite política encargada de la toma de decisiones que caracterizaba al primer nivel del proceso político, verdadero "blanco" de los anteriores.

2.d. En la medida en que los medios tienen capacidad de "seleccionar" la información política que se produce en este nivel de la *matriz del poder social* ofrecen una "**agenda mediática**" que también presiona a la élite política y, en este sentido, pasan a formar parte del conjunto de emisores y receptores directos (que hemos enumerado) desde el que intervienen -en este segundo nivel del proceso- como "actores políticos"³²⁸.

³²⁸ Este aspecto de la cuestión será matizado y ampliado en la definición de la "comunicación política mediática" que ofreceremos a continuación, y en el desarrollo del conjunto de las páginas que siguen.

3. En el **tercer nivel del proceso político** (donde opera la lucha por la *redistribución del poder social* aludida por Offe) la comunicación política queda definida como:

3.a. El **conjunto de mensajes** que intervienen en la lucha por el poder social (que ante todo significa dos cosas: influencia visible y acumulación de recursos). Esta situación de lucha por el poder, que caracteriza al tercer nivel del proceso político, hace que la matriz del poder social sea inestable³²⁹, o al menos que esta matriz presente una forma dinámica y, con ello, posibilidades de cambio (es decir, continuas redistribuciones). Así descrito, en el tercer nivel del proceso político se deben incluir tanto los mensajes que sirven para desestabilizar a cualquier grupo con poder (en el primer o segundo nivel), como los mensajes que reorganizan el poder de otro grupo distinto, así como el conjunto de mensajes que expresan un cambio de "valores, ideales o visiones" (ya sea del grupo que gana hegemonía o del conjunto de la sociedad que con su cambio cultural promueve una reorganización y redistribución del poder).

En este conjunto de mensajes característicos del tercer nivel del proceso político destacan: los rumores (independientemente de que sean confirmados como verdaderos o falsos) que operan, generalmente, como mensajes de descrédito de un determinado grupo de poder; los mensajes "conferidores de status" a un líder de un grupo de poder, o del grupo en general; y los "sondeos de opinión" que miden los cambios en la dirección de los valores que predominan en el conjunto de la sociedad y en un momento determinado³³⁰.

³²⁹ C. Offe, op. cit. pág., 150.

³³⁰ Estos tres conjuntos característicos de mensajes son destacados por E. Noelle-Neumann formando parte del conjunto de mensajes característicos que ofrecen los medios y con los que un individuo percibe la opinión predominante en su ambiente social. Véase, E. Noelle-Neumann. La espiral de silencio. Nuestra piel social. Paidós. Barcelona 1995, especialmente págs. 274-5.

Pero la redistribución del poder también puede estar promovida directamente por la élite política y administrativa (de primer nivel del proceso); C. Offe dice en este sentido:

"... hay tres niveles interrelacionados, de un modo no estrictamente jerárquico sino cíclico: aunque el espacio de acción de nivel uno ("política formal") se encuentre ampliamente determinado por la matriz del poder social ("nivel dos"), puede facilitar y promover una revisión de la distribución de poder social ("nivel tres"). Y el estado de la política democrática debería comprenderse entonces como algo simultáneamente determinado por el poder social y determinante de ese poder."³³¹

En este caso y bajo esta interpretación, el conjunto de mensajes que provienen de la élite política y administrativa se constituyen directamente en contenido de la comunicación política que se produce en este tercer nivel del proceso político, siempre que con ellos se promueva la redistribución del poder, esto es, se promueva el ascenso o descenso (en la matriz del poder social) de un grupo frente a otros; se promueva el ascenso o descenso (en la matriz del poder social) de un estrato o clase social; se promueva la persistencia o el abandono del conjunto de valores políticos característicos de la sociedad y, a su vez, asociados a los componentes de la matriz del poder social ; etc.

3.b. Por la caracterización del conjunto de mensajes que operan en este tercer nivel del proceso político, los **emisores y receptores implicados** ahora en la comunicación política son, potencialmente, todos los que forman parte del primer y segundo nivel del proceso político: élite política y administrativa, grupos organizados con capacidad de presión, la sociedad civil en su conjunto, la sociedad difusa o anónima, las organizaciones internacionales y sus líderes, los medios de comunicación de masas, etc. Sin embargo, aunque potencialmente todos lo son, en términos efectivos es más razonable atribuir el papel de emisores

³³¹ Idem.

(de los mensajes que sirven para redistribuir poder) a unos antes que a otros, así como atribuir el papel de receptores (de los mensajes que sirven para redistribuir poder) a unos antes que a otros. El **criterio para esa atribución desigual** es, básicamente, **la estratificación social** o la distribución asimétrica de los recursos (poder, riqueza y conocimientos):

"El acceso y control sobre los medios de producción, los de organización y los de comunicación se distribuyen de una forma altamente desigual dentro de la estructura social, y cada uno de ellos puede utilizarse, con diferentes grados de efectividad, para configurar y desafiar lo percibido por los políticos como su medio para la adopción de decisiones."³³²

Y, añadimos, cada uno de ellos puede utilizarse como instrumento en la lucha por la redistribución del poder a la que llegan (organizaciones nacionales e internacionales, grupos e individuos, élites políticas y administrativas y los grupos de la sociedad en su conjunto) en condiciones de asimetría y desigualdad de recursos. En la composición de emisores y receptores potenciales de este tercer nivel del proceso político podemos establecer un conjunto de pautas generales:

- En términos generales, los **emisores y receptores directos** (e internos a una sociedad concreta) de la comunicación política para la lucha por la redistribución del poder surgen con mayor probabilidad de la mitad superior de la pirámide de la estructura social característica de nuestras sociedades³³³ (las élites

³³² C. Offe, op. cit., pág. 149.

³³³ Seguimos, en este sentido, la teorización y esquematización que nos ofrece F. Parkin sobre la estructura de clases que, aunque concentrada en las asignaciones de poder político y cultural asociado a cada estrato, hace pivotar estas cuestiones alrededor de la estructura profesional. El esquema que propone es simple simple (pero adecuado a la caracterización de las sociedades de capitalismo desarrollado que estamos considerando), y a él podemos superponer las otras consideraciones -políticas, económicas o culturales- que para el desarrollo de nuestro trabajo interesan. No podemos aquí, sin embargo, complicar en exceso el uso que hacemos de la cuestión de la estratificación social en su relación con la comunicación política; se trata de una cuestión fundamental pero poco estudiada y que debería ser objeto de múltiples trabajos monográficos. Véase, F. Parkin, Orden político y desigualdades de clase. Debate. Madrid

económicas, políticas y culturales, hoy ya transnacionales; los gestores financieros, empresariales y culturales; los cargos intermedios de las organizaciones políticas, empresariales y culturales; cargos técnicos y administrativos en su conjunto). Esta mitad superior, por la lógica del reparto desigual del poder (político, económico y social), con alta probabilidad no se extendería por debajo de la "clase media".

- En términos generales, formando parte de los emisores y receptores directos e **internos** de una sociedad concreta se encuentran los grupos organizados que constituyen la sociedad civil que, a su vez, está estratificada en función de la relevancia de los intereses o necesidades que demanda y del poder social del colectivo social en el que se apoya cada grupo organizado que la compone.

- En términos generales, formando parte de los emisores y receptores directos y **externos** a una sociedad concreta se encuentra el conjunto de organizaciones internacionales y sus líderes o representantes, a las que, en principio, no se puede asociar a una estructura de poder "nacional" (la que es objeto de una lucha para su redistribución) predeterminada más allá del poder económico, político y cultural de las sociedades donde intervienen: la capacidad para intervenir en la redistribución del poder está parcialmente determinada en cada uno de los temas-objeto desde donde se produce la lucha por la redistribución del poder.

3.c. Los **emisores y receptores indirectos** serían en este tercer nivel, por un lado los medios como difusores de los mensajes en esa lucha por la redistribución respecto de la sociedad en general, y por otro, los receptores indirectos (que reciben y conocen los mensajes de esa lucha exclusivamente por los mensajes que aparecen en los medios), la mitad inferior de la pirámide de la estructura social.

1978, especialmente cap.1, 2 y 3. Para los estratos profesionales que describe, véanse las págs. 26 y ss.

1.4. Definición y esquema de la comunicación política

En síntesis, en la definición de comunicación política que ofrecemos se contienen las condiciones actuales de las democracias liberales y que intervienen como elementos determinantes y constitutivos de este particular proceso comunicativo:

1. El contexto social que precipita la comunicación política ha sido caracterizado por medio de los nuevos perfiles que ofrece el espacio público contemporáneo. Este es el espacio donde se discute hoy "lo público" y que contiene "todo aquello que se estructura en torno al 'interés común' de la sociedad"³³⁴; el interés común implícito en las necesidades, intereses -a la vez políticos, económicos culturales y sociales- y soluciones articuladas por medio de la relación sociedad civil-Estado; implícito en las plasmaciones del Estado del Bienestar; implícito en las dificultades y las crisis que acompañan a tales plasmaciones; implícito en las necesidades, los intereses y las soluciones de una sociedad globalizada; implícito en la distinción entre política institucional y política general (o la que promueven los nuevos movimientos sociales); e implícito en la identificación de lo público y lo privado como objetos de consumo.

2. El conjunto de mensajes que se contienen en la comunicación política coincide con el conjunto de temas propios del espacio público o del interés común de la sociedad, cuando éstos son objeto del discurso político en cada uno de los niveles del proceso político tal y como lo hemos caracterizado a través de Offe: la política formal, la matriz del poder social y la lucha por la redistribución del poder social.

³³⁴ V. Camps, El malestar de la vida pública, Grijalbo, Barcelona 1996, pág. 181, sintetizando el uso del término "interés común" de una obra anterior de V. Camps y S. Giner, El interés común, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1992.

3. Los significados de estos mensajes, independientemente del contenido o de la caracterización de signos (culturales, económicos, sociales o políticos) con los que se producen, son políticos dado que estos significados están inducidos por el contexto del espacio público en donde se originan los mensajes. Estos significados se muestran o materializan en la forma de políticas públicas; de una estructura de poder implícita a la matriz del poder social; y de efectos en la redistribución del poder social o de cambios en la composición y jerarquía de la estructura del poder social.

4. Se constituyen en emisores y receptores de la comunicación política así especificada todos los actores políticos (organizaciones e individuos) que intervienen en alguna medida en cada uno de los tres niveles del proceso político. Cada uno de estos actores tiene una capacidad inherente para ser actor político (por su papel en la política formal, su posición jerárquica relativa a los otros componentes de la matriz del poder político y, derivada de esta posición y papeles, la disponibilidad de ventajas o desventajas para intervenir en la lucha por la redistribución de poder). En términos generales, se puede establecer una correlación entre la distribución de recursos disponibles para cada actor político y su capacidad potencial como emisores y receptores de la comunicación política. Ejemplos claros de tal correlación son el líder político del partido que gobierna en cualquier democracia liberal que es potencial y efectivamente emisor de la comunicación política, frente al ejemplo extremo que puede ser cualquier individuo anónimo sin vinculación a organización política alguna y por lo que sólo puede ser receptor de esta comunicación.

Con todo lo dicho, podemos sintetizar los componentes principales de la comunicación política en las sociedades de capitalismo desarrollado de la siguiente manera:

CUADRO 10:

Composición y niveles de la comunicación política

| COMUNICACIÓN POLÍTICA | | |
|--|--|--|
| PROCESO POLÍTICO | EMISORES Y RECEPTORES DIRECTOS | EMISORES Y RECEPTORES INDIRECTOS |
| Toma de decisiones del aparato del Estado | <p>LA ÉLITE POLÍTICO-GESTORA</p> <ul style="list-style-type: none"> · Representantes políticos (Parlamento) · Gestores políticos del Estado · Altos funcionarios del Estado | <p>M.C.M.*</p> |
| La matriz del poder social (presión y negociación) | <ul style="list-style-type: none"> · Líderes y representantes nacionales e internacionales · Líderes y representantes de la sociedad civil · Líderes y representantes de Organismos internacionales <p>M.C.M.* (agenda mediática)</p> | <ul style="list-style-type: none"> · Élite político-gestora <p>M.C.M.*</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sociedad general |
| Lucha por la redistribución del poder | <p>Poder y comunicación jerarquizados</p> <ul style="list-style-type: none"> · Élite político-gestora · Organismos internacionales · Sociedad civil (compuesta de grupos de poder desigual) <p>M.C.M.*</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sociedad general | <p>M.C.M.*</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sociedad general (especialmente la mitad inferior de los estratos sociales de que se compone) |

* La ubicación de los M.C.M. en la Comunicación política ofrece pautas para determinar la Comunicación política mediática y el papel político de los medios.

2. Definición de la comunicación política mediática.

La comunicación política mediática (CPM) tiene que ser necesariamente definida siguiendo las pautas que organizan la comunicación política en su sentido más general y por medio del contraste con ella. La aproximación más evidente, y casi de sentido común, es indicar que la CPM exhibe ciertas -y lógicas- semejanzas con la comunicación política (CP), tal como la hemos definido, pero que se distinguen entre sí en que una -la CPM- se produce en el espacio de los medios de comunicación de masas mientras que la otra -la CP- se produce en el espacio público. Pero ¿qué tipo de relación guardan entre ellas, además de los términos comunes? y ¿qué condiciones de una afectan a la otra, y viceversa?

La relación y las influencias mutuas entre CP y CPM se expresan en el contenido de los mensajes políticos que se emiten en el espacio mediático. Estos mensajes tienen que ser caracterizados en función de la relación de semejanza que guardan con el espacio público en el que se desarrolla el proceso político (que páginas atrás hemos descrito). Esta relación de semejanza se muestra centralmente en los mensajes mediáticos con objetivos informativos y focalizados, a su vez, en aproximar al espectador de los medios el funcionamiento de la sociedad en la que se ubica como ciudadano. Desde este punto de vista, la información política mediática sirve para conectar al ciudadano con su entorno social, donde el medio suministra los datos -que no están inmediatamente al alcance- con los que cualquier individuo queda vinculado al conjunto de su entorno social -excesivamente amplio y excesivamente complejo para el manejo individual-, o con los que queda vinculado a aquel espacio público que trasciende a su vida cotidiana y privada.

Si cualquier individuo, activo o inactivo políticamente, o como ciudadano en su espacio público, puede ser vinculado a éste con la mediación informativa de los medios, entonces la comunicación política mediática es - respecto del conjunto de los ciudadanos de una sociedad concreta- "algo más" que

la comunicación política a la que antes nos hemos referido (aquella que se producía, recordémoslo, en medio de la actividad política). Ese algo más puede ser caracterizado como la dimensión política que se ofrece por medio de la CPM y que alcanza a cualquier ciudadano, independientemente del carácter político de sus actividades, y que hoy -en sociedades comparativamente amplias y complejas- sólo pueden ofrecer los medios de comunicación de masas; y en la medida en que la ofrecen para cualquier individuo o potencialmente para todos, sólo la pueden ofrecer los medios tipo 1 (radio, prensa y televisión masivas). Sin embargo, si el criterio de contraste entre CP y CPM que utilizamos es otro, esto es, la fidelidad a las demandas de la actividad política concreta implicada en los mensajes, entonces el conjunto de mensajes de la CP, casi con toda seguridad, ofrecen un contenido más fiel y en mayor cuantía de actividad política que lo que pueden ofrecer los mensajes que contiene la CPM; pero el primer conjunto de mensajes de la CP no está potencialmente al alcance de muchos y **la actividad política de las democracias liberales (por definición) requiere de alguna forma de implicación política de, al menos, una mayoría de la ciudadanía**. Con esto estamos apuntando que es posible ofrecer caracterizaciones de contraste y de relación entre CP y CPM, pero sin olvidar que las implicaciones en el contenido de los mensajes de cada una de ellas y respecto de los individuos que intervienen sólo pueden establecerse reconociendo, en primer lugar y como condición, que **ambas se producen en dimensiones sociales distintas y que en ellas se ofrecen dimensiones distintas de "lo político"**. Creemos que esta dimensionalidad distinta de "lo político" inherente a la CP y la CPM tiene que ser el punto de partida para construir cualquier modelo de análisis de la CPM, como es aquí nuestro propósito.

Entre los trabajos que conocemos con objetivos semejantes al nuestro, unos apuntan al contraste entre CP y CPM (como en la definición de comunicación política que nos ofrece F. Bourricaud³³⁵); otros apuntan en la

³³⁵ F. Bourricaud, "Sobre la noción de comunicación sociopolítica", en J-L. Labarrière y otros, Teoría política y comunicación, Gedisa, Barcelona 1992.

dirección de ofrecer una expresión unitaria de la comunicación política que incluye tanto a la CP como a la CPM (como es el caso del modelo que desarrollan M. Gurevitch y J. G. Blumler³³⁶), entendiendo que ambas son dos recursos comunicativos implicados en la actividad política que desarrolla una sociedad; y, finalmente, contamos con un modelo que muestra a la comunicación política como síntesis de la evolución social e histórica hasta llegar a la forma actual de la comunicación política mediática (el modelo de D. Wolton³³⁷). Es, sobre todo, este último modelo el que asume implícitamente la distinción de las dimensiones políticas inherentes a la CP y la CPM:

"En un principio, la comunicación política designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado (lo que hoy se llama "comunicación gubernamental"); más tarde, al intercambio de discursos políticos entre políticos en el poder y los de la oposición, en especial durante las campañas electorales. Después el campo se extendió al estudio del papel de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública, y a la influencia de los sondeos en la vida política, mayormente para estudiar las diferencias entre las preocupaciones de la opinión pública y la conducta de los individuos. Hoy la comunicación política abarca el estudio del papel de la comunicación en la vida política, en el sentido lato, e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés por los períodos electorales. Esta vasta definición hace hincapié en el proceso de intercambio de discursos políticos, entre una cantidad cada vez mayor de actores políticos, con la idea implícita de que de modo progresivo lo fundamental de la

³³⁶ M. Gurevitch y J. G. Blumler, "Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política: modelo para el análisis de sistemas de comunicación." En J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot (ed.). Sociedad y comunicación de masas. FCE. México 1981.

³³⁷ D. Wolton "La comunicación política: construcción de un modelo", en J-M. Ferry y otros, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona 1992.

política moderna se organiza en torno de la comunicación política, a través del papel de los medios y los sondeos."

Sin embargo, no creemos que sea oportuno para el análisis hacer equiparar, como punto de partida y en cualquier medida, el término "comunicación política" con el de la "comunicación política mediática" por mucho que, y finalmente así se muestre, actualmente el desarrollo de la política coincida casi con la totalidad de lo que aparece en los medios. F. Bourricaud nos viene aquí a dar la razón:

"La comunicación no tiene en modo alguno la misma estructura si se trata de un debate entre multitudes participantes, de la arenga de un orador a una multitud efectivamente reunida, como en el caso de la *contio* romana o, por el contrario, a una audiencia dispersa, como en el caso de la televisión, en una multitud de hogares diferentes."³³⁸

Ni siquiera es semejante la información que se intercambian en una (CP) u otra (CPM) forma de comunicación: "Retener una información o manipularla es lo contrario de la información (hasta se llama "desinformación") y, sin embargo, es una forma de comunicación."³³⁹ Y los medios, ya lo hemos visto, "retienen", porque para producir seleccionan; y "manipulan", porque tienen que reconstruir bajo el formato espacio-temporal y con la simbología propia de cada medio. También los implicados directos en la actividad política (sin los MCM) pueden "retener" o "manipular" pero no de la misma manera, ni por las mismas razones a como se hace en los medios.

Aquí, hacemos hincapié en la dimensión distinta de lo político porque el análisis tiene que retomar esta noción como el punto de partida para la selección de los elementos centrales implicados en la CPM y, además, reconociendo que el

³³⁸ F. Bourricaud, op. cit. pág. 266.

³³⁹ " " " pág. 267.

material de análisis (los mensajes de los medios) no equivale directamente a los mensajes implicados en la actividad que se desarrolla en el proceso político, ni tenemos por qué esperar encontrar en ellos objetivos semejantes a los que orientan los mensajes del proceso político.

En síntesis, por el momento, para la definición de la comunicación política mediática se incluyen:

1. los mensajes de los MCM que ofrecen datos o informaciones sobre el medio social;

2. estos mensajes son caracterizados como "políticos" porque vinculan al conjunto de individuos de una sociedad con su entorno social;

3. estos mensajes son caracterizados como "políticos" porque posibilitan que potencialmente todos los individuos puedan funcionar como ciudadanos en alguna medida, trascendiendo su vida cotidiana y privada;

4. luego, se supone que el individuo-espectador de los medios entra en contacto (por medio de los mensajes políticos de los MCM) con un espacio público que le permite funcionar como ciudadano (independientemente de su participación real en la vida pública y en la actividad política).

La pregunta ahora es: ¿a qué nos referimos al aludir al espacio público que ofrecen los medios?.

2.1. El "espacio público mediático".

1. Los actores del espacio público mediático: emisores y receptores

"La comunicación política [mediática] es un proceso indispensable para el espacio político contemporáneo, al permitir la confrontación de los discursos políticos característicos de la política: la ideología y la acción para los políticos, la

información para los periodistas, la comunicación para la opinión pública y los sondeos".³⁴⁰

Esta es una manera de identificar con economía expresiva a los emisores y receptores del espacio público mediático y de la CPM. El espacio público mediático se compone de emisores y receptores que forman parte de la CPM desempeñando, además, el papel que el proceso comunicativo les otorga: el papel de políticos (ubicados en el proceso político que desarrolla el Estado, la sociedad civil, y la relación política que se establece entre ambos); de periodistas o comunicadores (incluyendo tanto a los profesionales propios del periodismo como al conjunto de expertos, intelectuales y comunicadores que intervienen en los medios como "líderes de la comunicación"); y la sociedad en su conjunto.

Así como en la CP los emisores y receptores que la integran pueden intercambiar estos papeles comunicativos (los emisores de un momento pueden ser receptores en otro, y viceversa), en la CPM se detectan algunas **restricciones que condicionan la composición de emisores y receptores** del espacio público mediático:

1. El proceso de comunicación mediático se caracteriza por la **unidireccionalidad comunicativa** (esto es, no es posible la "retroalimentación", o no es posible para el receptor inmerso en un acto comunicativo mediático emitir, a la vez, él mismo mensajes)³⁴¹.

³⁴⁰ Dominique Wolton, "La comunicación política: construcción de un modelo", op. cit., pág. 36.

³⁴¹ Ya dimos cuenta detallada de las condiciones comunicativas restrictivas que caracterizaban el proceso de comunicación mediático en el cap. I de la parte I de este trabajo. Me remito a los argumentos y justificaciones que allí se exponen.

V. Camps se refiere a esta unidireccionalidad con la denominación de "comunicación unilateral" que impone una relación asimétrica: "La sociedad es suficientemente plural para que la diversidad de opiniones de lugar a confrontaciones interesantes. Pero las opiniones a las que les es dado expresarse, nunca lo hacen espontáneamente. Existe la presión de los grupos políticos y económicos que orientan el sentido de la comunidad. Por otra parte, la mayoría de los ciudadanos recibe comunicación o simple información, pero está lejos de intervenir en ella

2. Esta unidireccionalidad más la existencia de una estructura social compuesta de estratos jerarquizados (con desigual capacidad económica, cultural, social y de poder) y organizada por actividades, producen -en conjunto- una serie de determinaciones por las que unos, más que otros, pueden ser potencialmente emisores y otros potencialmente sólo receptores³⁴².

3. Las restricciones descritas (en 1 y 2) condicionan el papel comunicativo de los tres conjuntos de actores sociales que intervienen en la CPM: los políticos y periodistas, o comunicadores en general de los MCM, son los potenciales emisores de la CPM, mientras que los miembros de la sociedad en general son los potenciales receptores. Los miembros de la sociedad en general sólo pueden intervenir como emisores del acto comunicativo mediático, indirectamente, si forman parte de alguna de las organizaciones de acción colectiva que componen la sociedad civil, de las que se sirven como mediadoras-emisoras de comunicación.

Por último, destacamos que la CPM presenta una condición añadida respecto de la CP y en contraste con ella:

"La comunicación política [mediática] tiene otra característica fundamental: no es un espacio cerrado sino abierto a la sociedad, en el sentido de que cada uno de los actores habla de manera permanente en dos niveles. Por una parte, tanto para los demás compañeros de la comunicación política como para sus pares, y, por otra, para la opinión pública. Este *doble nivel de orientación* es una necesidad comunicacional para evitar un diálogo de sordos, pues ni unos ni

ni directa ni indirectamente. La asimetría es absoluta. El ciudadano lee el periódico, oye la radio y ve la televisión, y, a lo sumo, llega a proferir algún que otro comentario tan leve e intrascendente como aquello mismo que lo suscita. La comunicación es unilateral." V. Camps, "Comunicación, Democracia y Conflicto", en K. O. Apel, A. Cortina y D. Michelini, Eds. Ética comunicativa y democracia. Crítica, Barcelona 1991, pág. 253.

³⁴² Sobre la estructura social y las condiciones de asimetría estructural dimos cuenta en la parte III de este trabajo.

otros se interesan por lo mismo. Los medios de comunicación masiva se conmueven en extremo ante los acontecimientos; los políticos, ante la acción; la opinión pública, ante la jerarquía de los temas y de las preocupaciones que no obedecen ni al ritmo de la acción política ni al de los medios de comunicación masiva."³⁴³

Este **doble nivel de orientación** de la CPM implica que socialmente se produce un tipo de comunicación política -la que denominamos mediática- que:

a- se sirve de los MCM como organizaciones productoras de mensajes políticos para darlos a conocer al conjunto de actores políticos directamente implicados en una determinada actividad política y al conjunto de actores políticos de la sociedad;

b- y se sirve de los MCM como difusores de este tipo de comunicación política al conjunto de la sociedad, compuesta por individuos que no son ni actores políticos ni intervienen en actividades políticas.

Esta doble dimensión de la CPM no sólo nos sirve para caracterizarla sino que señala también una característica esencial de la CP y de su espacio público que no hemos referido hasta el momento: el contenido completo de la CP (conjunto de mensajes y emisores y receptores de que se compone) y la configuración del espacio público (temas de intervención política y objetivos políticos) no están al alcance de cualquier miembro de la sociedad; sólo está parcialmente al alcance de algunos (los que intervienen en algún sentido en la actividad política), y sólo idealmente podemos imaginar un sujeto que disponga de la totalidad de la información, contenidos y características de la CP³⁴⁴. Desde

³⁴³ D. Wolton, op. cit. , pág. 37. El paréntesis [] es añadido al texto original.

³⁴⁴ M. Olson completa esta característica señalando que (1) "los ciudadanos *típicos* son racionalmente ignorantes de los asuntos públicos" porque la probabilidad de que con la acción política particular y posible -el voto- puedan cambiar el resultado final de la política es mínimo, mientras que el esfuerzo de "estar informado" es máximo y no se compensa con la satisfacción final que le ofrece el resultado de su voto sobre todo lo que acontece en política y en su espacio

ese sujeto idealmente informado es desde donde puede ser especificada la CP (de hecho, en parte el trabajo de la ciencia política y la sociología política consiste en suministrar informaciones -datos y características- de lo político, y son estos trabajos los que sustituyen a ese sujeto imposible). La CP no se produce para que la sociedad tenga cuenta exacta de ella, sin embargo la CPM lleva implícito el objetivo de llegar a toda la sociedad. En este sentido, se puede interpretar la CPM, uno, como parte de la CP; o dos, como la totalidad de la CP producida en una forma accesible a toda la población, o bien como la totalidad de la CP producida bajo los requisitos que impone el sistema político de las democracias liberales. Las preguntas claves en esta interpretación de la CPM como parte de la comunicación política o como totalidad reproducida son: ¿qué parte de la CP publicitan los medios? y ¿cómo reproducen mediáticamente la totalidad de la CP?

2. Contenido del espacio público mediático: lo "publicitado"

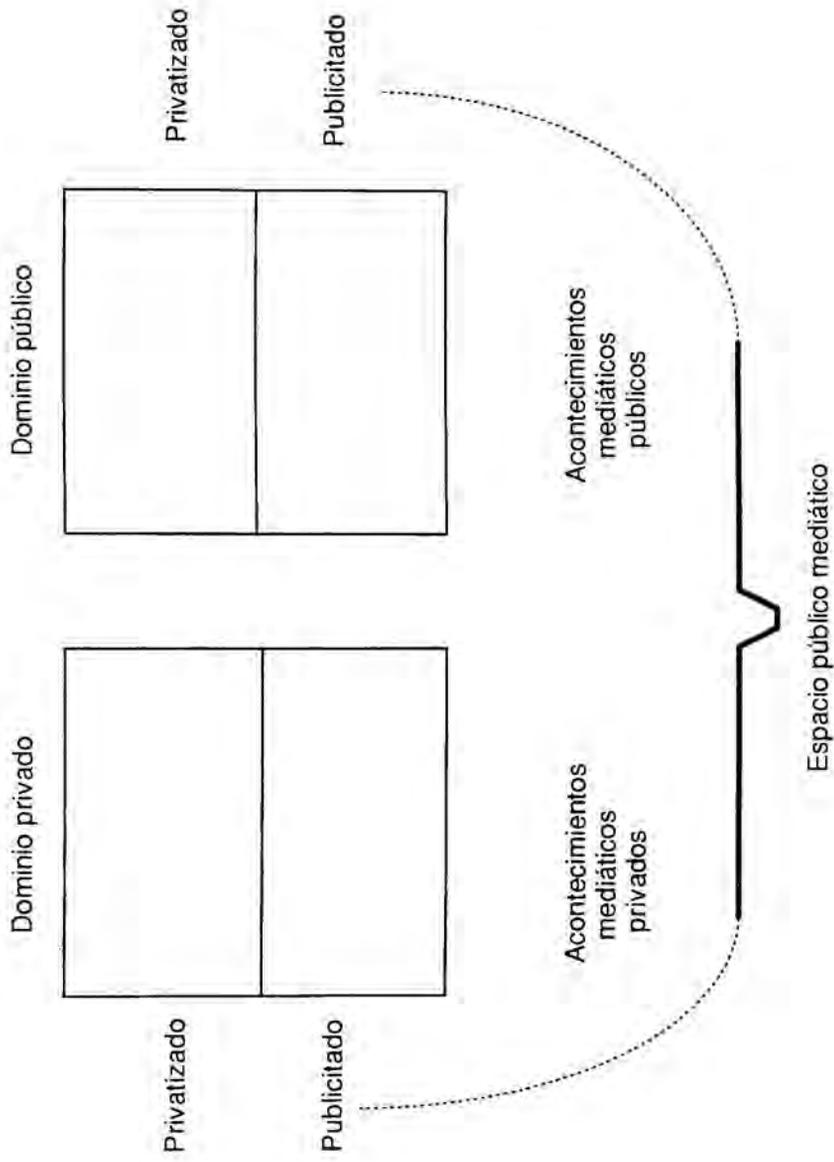
En la consideración de estas dos preguntas (a las que no pretendemos dar respuesta detallada, pero si operacionalizarlas como supuestos analíticos) nos viene a apoyar la reflexión de J. B. Thompson³⁴⁵ sobre los sentidos de los términos "publicidad" y "mediatización" entendidos como las actividades sociales que realizan normalmente los medios.

público. (2) Sólo "los individuos que ejercen unas cuantas vocaciones específicas pueden recibir una recompensa muy considerable en bienes privados, si adquieren un conocimiento excepcional de los bienes públicos"; éstos son "los políticos, periodistas, integrantes de los grupos de presión y científicos sociales". Pero, añadimos nosotros, (3) ese "conocimiento excepcional" no es posible que sea completo y, por tanto, no existe el sujeto idealmente informado o el "sujeto racionalmente informado". Véase M. Olson, Auge y decadencia de las naciones, Ariel, Barcelona 1986, págs. 43-44.

³⁴⁵ J. B. Thompson, Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication, Stanford, California 1990. Especialmente, cap. 5, "Towards a Social Theory of Mass Communication".

J. B. Thompson presenta un esquema del espacio público "publicitado" por medio de la comunicación de masas que contiene, a su vez, parte de lo que acontece en el "dominio privado" y en el "dominio público" de una sociedad:

Figura 13



* Reelaboración del cuadro de J.B. Thompson *Ideology and Modern Culture*, Stanford, California 1990, Pág. 242

El espacio público mediático -como lo denominamos aquí- contiene la parte de esos **dominios privados y públicos "publicitados"** ya que, como señala J. B. Thompson, una vez que la parte de esos dominios se hacen públicos no sólo sirven como mecanismos de "mediatización" por los que se confiere al espacio total social (privado y público) **un nuevo status**, el necesario para que el individuo pueda funcionar en un espacio social complejo, múltiple y en muchos sentidos inaccesible, sino que en esta mediatización se produce **una transformación de la naturaleza de los acontecimientos** convirtiéndolos en acontecimientos publicitados³⁴⁶.

En el espacio público mediático encontramos mensajes no sólo de actividades políticas y sujetos en su papel de actores políticos, sino también mensajes de actividades no políticas de sujetos que en esa actividad no desarrollan papeles políticos. Sólo por medio de este cambio -que producen los MCM- en la naturaleza de los acontecimientos podemos argumentar por qué el espacio público mediático -en el que se desarrolla la CPM- contiene mensajes sobre condiciones y actividades privadas de ciertos sujetos para las que no operan como actores políticos.

Aquí, como en la argumentación de J. B. Thompson, caracterizamos el espacio público mediático conteniendo, en contraposición al espacio público no mediático, la esfera pública y privada (que denominaba Habermas) e incluyendo la "esfera íntima". Pero reconociendo que forman parte del espacio público mediático en cuanto que son **"mensajes publicitados"** por los medios pero que, además, **sirven al desarrollo de la actividad política**. El valor político que otorga su publicidad a un acontecimiento o sujeto reside, en primer lugar, en el hecho de ser seleccionados como "noticias" que aparecen en los medios, con lo que se pone **al alcance de la mayoría** de la población información sobre su espacio social público. La información que aparece en los medios, por el hecho de ser

³⁴⁶ J. B. Thompson, op. cit. pág. 242.

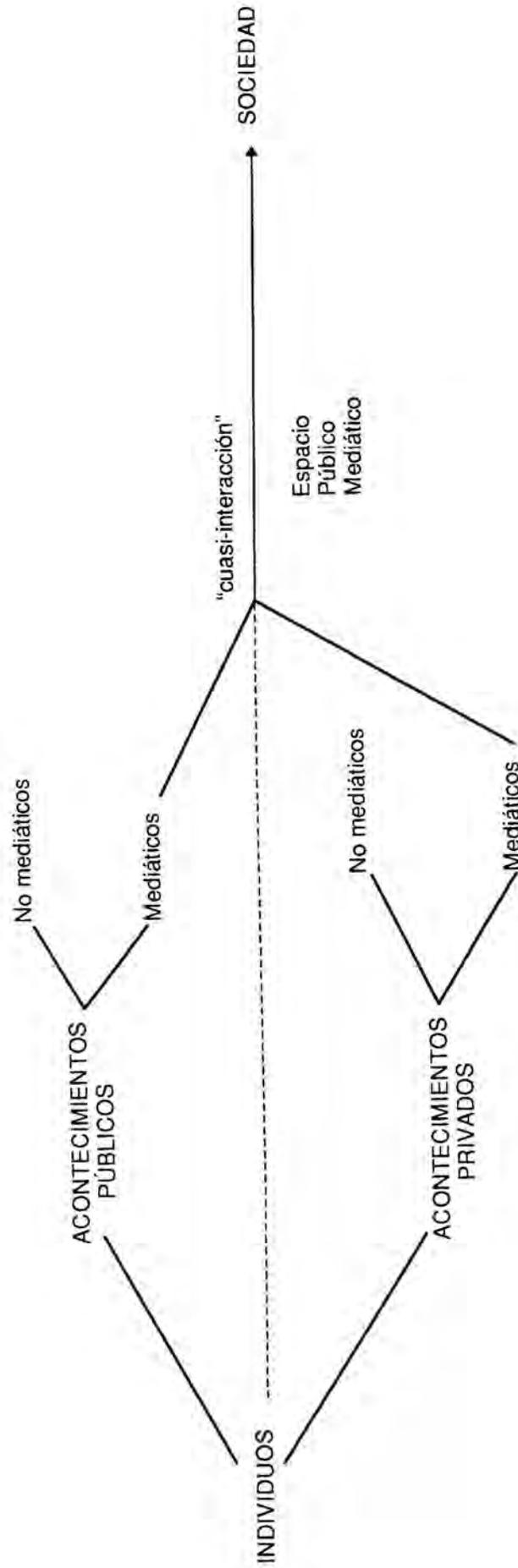
publicitada, **puede ser objeto de opinión, debate, valoración** o, sencillamente, puede constituirse en **el punto público de referencia social para sujetos particulares y privados**. En segundo lugar, se supone que en esta selección que los medios realizan sobre los dominios privados y públicos opera un criterio de "**relevancia informativa**" que se funda en alguna forma de "**relevancia social**", y lo que los medios añaden es la circunstancia de ser "publicitados". De otra manera, los medios otorgan valor político a aquellos acontecimientos y sujetos privados que contienen potencialmente un valor político pero que necesitan de la publicidad de los mismos para que su valor político se haga efectivo.

3. El tipo de interacción posible en el espacio público mediático.

La mediatización de acontecimientos privados y públicos posibilita un espacio público: (1) en el que parece interactuar el conjunto de los ciudadanos; pero (2) que, en cuanto mediático, no real y producido lo que este espacio posibilita es una falsa interacción, interacción incompleta o "cuasi interacción" (como la denomina J. B. Thompson, véase la figura siguiente) que, sin embargo, tiene efectos reales en el espacio social, público y privado.

FIGURA 14:

LA CUASI-INTERACCIÓN MEDIÁTICA *



*Reelaboración de la figura de J.B. Thompson. *Ideology and Modern Culture*. Stanford, California, 1990, Pág. 243.

Lo que en el desarrollo de J. B. Thompson no queda claro son las razones o criterios que perfilan el espacio público mediático o publicitado. Si suponemos, como hemos hecho hasta ahora, que la finalidad principal hacia la que se orientan los MCM para la selección de un acontecimiento y sujeto público, es ofrecer información de acontecimientos y sujetos para que todos, o al menos la mayoría, puedan funcionar como individuos informados (condición implícita en el funcionamiento de las democracias liberales y en la actividad ciudadana que se requiere para satisfacer este funcionamiento)³⁴⁷, entonces se supone que los acontecimientos y sujetos con valor político *per se* serán objeto de selección, y que a los seleccionados o publicitados se les superpone o añade un valor político y una traducción de los mismos bajo las nuevas coordenadas del espacio público mediático. Pero desde este conjunto de suposiciones que rigen la configuración del espacio público mediático encontramos dificultades para hacer encajar todos los contenidos que, si bien forman parte del del espacio público mediático, se desvían, en principio, de la finalidad principal o del criterio guía que hemos señalado. Hemos de suponer, entonces, que el contenido del espacio público mediático responde también a otros criterios u objetivos, superpuestos al anterior: por medio de la *cuasi-interacción mediática*, que define Thompson, se ponen en relación individuos y sociedad (mediatizada) por un lado y, por otro, individuos y opinión pública (los temas que se destacan mediáticamente para el debate y las opiniones mayoritarias o puntos de referencia desde los que evaluar

³⁴⁷ Se pueden establecer institucionalmente las condiciones que garantizan la ciudadanía y que organizan el funcionamiento democrático (elecciones, representatividad, discrepancia y libre asociación) pero si no se establecen mecanismos de vinculación entre ambas condiciones no es posible ni el ejercicio de ciudadanía ni el funcionamiento de la democracia. El vínculo necesario primero es facilitar a cualquier individuo la información necesaria para poder operar en su espacio público; el vínculo necesario que en nuestra forma social se ha ensayado es el acceso de cualquier ciudadano al "espacio público mediático".

o formarse la propia opinión). Esta cuasi-interacción mediática (facilitada por los medios) se constituye, en este sentido, en **el espacio público posible para la socialización política y la visualización y control de la opinión pública**. (Aquí deberíamos encontrar los sentidos sociales de la presencia mediática de aquella zona del dominio privado, de actividades y de sujetos que no forman parte de la actividad directamente política pero que tienen efecto sobre ella en cuanto que es publicitada).

2.2. La actividad política en el espacio público mediático.

El espacio público mediático expresa el desarrollo de una zona social común al conjunto de ciudadanos, políticos y profesionales de los medios. Esta zona común es requerida para el funcionamiento del sistema político de las poliarquías; usada por los ciudadanos como el lugar social desde donde organizan sus preferencias y elecciones políticas; y producida u organizada por los profesionales de los medios de comunicación de masas. El espacio público mediático es, por tanto, la zona de intersección en la que confluyen tres conjuntos de actores y en la que éstos llevan a cabo algún tipo de acción política (en cuanto conectados con la organización general de su medio social, pero independientemente de las actividades, las posiciones y los roles sociales particulares que los caracterizan). Aunque el espacio social mediático es el lugar común, sin embargo, no se halla igualmente desarrollado para los tres conjuntos de actores: las características particulares de cada uno de ellos (actividades, roles y posiciones sociales) condicionan el tipo de presiones e influencia (determinaciones, en cierta forma) que cada actor puede hacer valer en la configuración de ese espacio; a su vez, el carácter mediático de este espacio condiciona el tipo de aproximación (al espacio público mediático) que puede realizar cada conjunto de actores.

Las determinaciones que el espacio público mediático impone a la actividad política de cada conjunto de actores (ciudadanos, políticos y profesionales de los medios) toman forma en medio de tres procesos; en cada uno de ellos se produce un tipo de vínculo primordial de actores; y cada uno de ellos expresa un tipo de actividad política mediática posible:

a- los ciudadanos y los políticos están conectados en el espacio público mediático por medio de los procesos de opinión pública;

b- los ciudadanos y los profesionales de los medios están conectados en el espacio público mediático por medio de los procesos de información rutinaria de la actividad política que llevan a cabo estos profesionales;

c- los políticos y los profesionales de los medios están conectados en el espacio público mediático por medio de los procesos de "mediatización" de la actividad política.

Los **principios** que rigen el desenvolvimiento **de estos procesos** son, **uno mediático, la unidireccionalidad** comunicativa que caracteriza el proceso de comunicación de masas, y **otros políticos**, el doble **requerimiento poliárquico sobre el comportamiento de los ciudadanos**. Este doble requerimiento, en efecto, implica dos cosas: una, que los ciudadanos deben ser "representados", pero a la vez participar en el proceso político; y dos, la necesidad, por un lado, de satisfacer con **medidas políticas** las **demandas e intereses** de los ciudadanos, y por otro, que estas demandas se expresen **bajo las reglas y canales estipulados** en el funcionamiento democrático (la aceptación del canal de la representación y la aceptación de la resolución institucional de conflictos de intereses -las formas de presión, negociación, pactos y planificación-). Los principios así caracterizados, unidireccionalidad comunicativa y funcionamiento de la sociedad bajo las reglas establecidas para la actividad política, implican que en el conjunto de estos tres procesos (opinión pública, suministro de información rutinaria y mediatización política) **los profesionales, los políticos y los ciudadanos llevan a cabo una tarea**

de acomodación y que, respecto del vínculo informativo que se establece entre medios y ciudadanos, la tarea se concreta en producir una comprensión y aceptación del papel que cada ciudadano puede legítimamente desempeñar. Esa tarea de acomodación entre actores de la CPM se hace efectiva por medio del intercambio mediático de mensajes e interpretación de los mismos: respecto del conjunto de actores consiste en compartir significados comunes asociados a la actividad política (incorporar una cultura política común y adecuada a la poliarquía); respecto de los ciudadanos la tarea se concentra en la socialización política a la que son sometidos desde los medios y por medio de la cual incorporan los valores y las normas que les posibilitan desarrollar su papel de ciudadanos.

Los medios de comunicación de masas y la difusión de los mensajes de los periodistas, comunicadores en general y políticos, no son la única instancia social que puede llevar a cabo la socialización política, esta tarea la asumen los partidos, asociaciones, grupos y, básicamente y en general, las diversas instituciones que componen el sistema político y cultural de nuestra sociedad con las que pueden entrar en contacto los individuos a lo largo de su vida y desde los roles diversos que pueden desempeñar. Sin embargo, son los medios tipo 1 -que ofrecen una comunicación de masas para la masa- los que tienen la posibilidad de entrar en contacto con cualquier individuo de que se compone la masa de la sociedad. También, respecto de las otras instancias de socialización política, los medios se diferencian en el hecho de que son la única instancia que puede suministrar informaciones de la totalidad y, por medio de ellas, valores y normas de conducta política. Por último, respecto de algunas instituciones de socialización en sentido estricto, la socialización política -como cualquier otro tipo de socialización- que los medios realizan es indirecta y no planificada: no es la tarea por excelencia que define a los medios como institución social, sino que es una tarea derivada.

Por medio de estos procesos que, de manera más precisa ahora, identificamos como la opinión pública, la mediatización de la política y la socialización política, daremos cuenta de la actividad política posible en el espacio público mediático y daremos cuenta del soporte comunicativo que sirve a esta actividad, esto es, del proceso político que se sintetiza en la expresión de la comunicación política mediática.

2.2.1. La opinión pública

En la "teoría de la espiral del silencio"³⁴⁸ (que presentábamos en la parte II de este trabajo) encontramos el mejor recurso, a nuestro entender, para identificar los niveles implicados en el proceso social que llamamos "opinión pública". Recordemos que la autora de la teoría definía la opinión pública como un proceso social que implica al conjunto de los miembros de una comunidad o sociedad por el que cada miembro opta por opiniones semejantes a las que el conjunto expresa (el ambiente social de cuestiones comunes y opiniones dominantes); por tanto, en términos generales, opta por formar parte de esa expresión del conjunto o silenciar las opiniones divergentes respecto del mismo. En el proceso de la opinión pública el individuo no es enteramente libre para configurarse su propia opinión, sino que el ambiente (la sociedad en su conjunto, y en particular los grupos en y con los que cada individuo interactúa) presiona en una o varias direcciones, pero sobre todo presiona para que no se produzcan opiniones particulares completamente divergentes u opuestas a la dirección de las opiniones predominantes. La razón fundamental por la que cada individuo se decanta hacia la expresión o el silenciamiento de la propia opinión es "evitar la sensación de aislamiento en medio de la propia comunidad".

Para Noelle-Neumann el valor social de la opinión pública se especifica en la posibilidad que ofrece **el proceso** que la desenvuelve para **presionar o**

³⁴⁸ Elisabeth Noelle-Neumann, La espiral del silencio. Nuestra piel social, Paidós, Barcelona 1995.

controlar a cada individuo o a cada grupo particular, de manera indirecta y desde el conjunto de su sociedad; dependiendo del contenido de la cuestión que es objeto de opinión, esta presión o control se ejerce sobre los ámbitos morales, culturales, políticos, económicos y sociales; finalmente, la presión o el control que lleva a cabo **la opinión pública**, entendida como producto de este proceso, son indirectos: más bien a la opinión pública se le puede atribuir un papel de **guía que orienta a cada individuo**.

2.2.1.1. Los estadios del proceso de opinión pública y el lugar de los medios.

Normalmente, en la investigación de la opinión pública por medio de sondeos se designan tres niveles: el clima de opinión, los estados de opinión y la opinión manifestada o mayoritaria. En las distintas formas de encuestas (barómetros y paneles) se recoge la suma de los datos individuales sobre las cuestiones que son objeto de opinión en un momento determinado, o se recogen las variaciones de opinión por medio del contraste de los datos obtenidos en tiempos distintos³⁴⁹. En la misma línea de observación de la opinión pública y su manifestación individual se llevan a cabo sondeos sobre la opinión que expresa la mayoría de la población alrededor de una cuestión pública relevante (o de interés para alguna organización o institución); a este tipo de sondeos se les atribuye un valor informativo semejante al de un referéndum político y los datos que suministra se expresan en términos de opinión manifestada o mayoritaria³⁵⁰. Esta forma de presentar el proceso nos parece cuestionable porque:

³⁴⁹ Sobre el problema de inducción de la opinión y la formulación de encuestas, véase V. Price, La opinión pública. Esfera pública y comunicación, Paidós, Barcelona 1994, págs 83 y ss.

³⁵⁰ Véase al respecto, P. Champagne, Faire l'opinion, Les Editions de Minuits, París 1990. Especialmente la sección de su Introducción "Les usages politiques des sondages", págs. 12-16 y el cap. 3 "Les effets de la croyance", págs. 125-192.

a- En esos tres niveles no se reconocen los papeles distintos que desempeñan la sociedad en su conjunto, los grupos y los individuos concretos, ni cuando generan estados de opinión ni, previamente, cuando se concentran en cuestiones que son objeto de opinión.

b- En el orden de presentación de niveles opera el supuesto -desde nuestro punto de vista, falso- de que los estados de opinión emergen espontáneamente, y espontáneamente se resuelven -por razones misteriosas- como opiniones mayoritarias. Detrás existe la idea del consenso social (producido espontáneamente) o la idea de la que se sirven los "sondeos" cuando correlacionan "mayorías cuantitativas" con situaciones socialmente predominantes y relevantes.

c- Por último, aunque la opinión pública manifestada en los MCM tiene un papel social destacado, como en seguida veremos la totalidad de la opinión pública manifestada (expresada en cualquier situación por un individuo o un grupo particular) no es la que aparece en los medios y, precisamente, en esa diferencia veremos que se ubica el papel de la intervención de los MCM en el proceso de formación de la opinión pública.

P. Champagne explica cómo la opinión pública manifestada en los medios se sirve de intermediarios o "portavoces" que expresan la opinión de los grupos en los que interactúan, generalmente "grupos de presión". Estos portavoces de la opinión encuentran, en el propio grupo, la legitimidad para expresar la "opinión que saben captar intuitivamente", y en este sentido no es una opinión artificialmente construida, pero no se corresponde exactamente con la "opinión profunda" de la sociedad, que difícilmente llega a ser manifestada en los medios en la medida en que no dispone de "portavoces" ni responde a intereses con capacidad de organización³⁵¹.

³⁵¹ P. Champagne, op. cit. págs. 79-80.

En estas correcciones fundamos nuestra preferencia al tomar como punto de partida la elaboración de la teoría de la espiral del silencio, porque ésta incorpora tanto los niveles individuales como colectivos (grupos y sociedad) como núcleos del proceso de la opinión pública. El proceso que describe esta teoría contiene una perspectiva compleja que podemos describir por medio de **cuatro estadios**:

- 1- asignación del valor público de una cuestión;
- 2- conformación de valores y actitudes alrededor de esa cuestión (posicionamiento individual);
- 3- expresión pública del posicionamiento individual;
- 4- silenciamiento de tal posicionamiento individual.

Todos estos niveles tienen lugar a partir de la interacción entre el individuo y su medio social. Esta interacción forma parte del espacio público cuando se produce en los niveles 1 y 3, esto es, la caracterización de una cuestión como pública y la expresión pública de la posición de cada individuo; y forma parte del espacio privado cuando se produce en los niveles 2 y 4, esto es, quedan relegados al espacio privado la conformación de valores y actitudes implicados en el posicionamiento individual de la cuestión y si esta posición se silencia o no se hace pública.

Para la "teoría de la espiral del silencio" en principio **forman parte del proceso de la opinión pública todos los individuos, todas las posiciones, todas las actitudes y valores que las precipitan, e incluso todas las cuestiones**. Sin embargo, aquello que se designa con el término "opinión pública" **es sólo la parte del proceso que se hace público socialmente y que se expresa individualmente**. Cuando la interacción entre individuo y medio social es inmediata (cuando, por su dimensión, el medio social en el que se desenvuelve es accesible al individuo

y las relaciones se pueden desarrollar directamente³⁵²), entonces el proceso de opinión pública se vuelve accesible y visible para el conjunto de individuos implicados y, en este sentido, todos pueden intervenir en el resultado final del proceso. Cuando la interacción entre individuo y medio social no se produce directamente sino que está mediada por estructuras de relación complejas y se produce en una dimensión inaccesible³⁵³ para cualquier individuo implicado, entonces el proceso de opinión pública se configura como una cosa aparte y extraña de la que ningún individuo particular tiene conciencia (tampoco sobre su papel en el proceso), en el que no podemos -por esta razón- establecer a priori formas de intervención de los individuos o el grado de implicación de éstos; no podemos ir más allá de las diferencias estructurales que se imponen al conjunto de los individuos, desde las que se conforman los estratos sociales diferenciados en términos de poder o, aquí, capacidad de influencia sobre las direcciones del conjunto de la sociedad expresadas en forma de opinión pública.

Los núcleos del proceso de opinión pública contienen estas formas de **interacción inmediata** e **interacción compleja**, entendiéndolas como las dos formas de interacción social posible para cada individuo. En la primera, el

³⁵² En lo que llevamos de trabajo, ya hemos dado cuenta de este tipo de interacción inmediata que sólo es posible cuando el medio social de interacción se concreta en un grupo primario donde se hace posible la comunicación directa entre los individuos que componen al grupo. Me remito al contenido expresado en la definición de control social (parte II de este trabajo) y específicamente a la distinción que ofrece Ross sobre los grupos primarios y secundarios y/o de referencia.

³⁵³ Las estructuras complejas que acompañan a dimensiones sociales inaccesibles inmediatamente son características y definidoras de nuestras sociedades contemporáneas. En el enfoque descriptivo para la caracterización de nuestra forma social actual contenido en la parte III de este trabajo (específicamente, me remito a la caracterización de "sociedad compleja" que ofrece Smelser y de la que en esa parte dimos cuenta) se abordó la cuestión de cómo concebir el término "sociedad compleja". Según argumentamos allí, la complejidad era expresión de una dimensión social progresivamente inaccesible que requería, para su funcionamiento, de múltiples estructuras e instituciones especializadas e integradoras. En medio de esa complejidad estructural e institucional se produce la interacción social posible de cada individuo y se produce, también, el resultado final de la opinión pública.

soporte comunicativo que la hace posible es la comunicación directa e inmediata (la comunicación interpersonal y la comunicación social³⁵⁴); en la segunda el soporte comunicativo que la hace posible es la comunicación indirecta y mediada (la comunicación de masas³⁵⁵). Desde la consideración de dar cuenta del proceso de opinión pública, el resultado global de las dos formas de interacción se expresa en dos resultados comunicativos, esto es, el silencio o la expresión de la opinión.

Tanto el silencio como la expresión tienen que ser considerados en la forma final de aquello que denominamos opinión pública y, por tanto, en el análisis de ésta interviene todo aquello que origina los silencios y la expresión, esto es, la interacción entre individuos y grupos (primarios, secundarios y de referencia) y la interacción entre individuos y medio social general.

Como ya hemos indicado, para E. Noelle-Neumann tanto los grupos sociales como el medio social constituyen un tipo de "ambiente social" que condiciona el silencio o la expresión de cada opinión particular. Pero la opinión pública se refiere a cuestiones públicas (especificadas en el espacio público): no se trata de cualquier cuestión de interés particular sino de cualquier cuestión que se ha "publicitado" o que es de "interés público". Hemos visto que tanto lo publicitado como el interés público son sólo una parte de lo posible: las determinaciones básicas para establecer lo publicitado se contienen en las condiciones que, según hemos expuesto, definían al espacio público mediático (aquello que los medios recogían del espacio público y lo transformaban en

³⁵⁴ Son las dos formas de comunicación que, independientemente de si en ellas se utilizan medios físicos o medios técnicos como canales de comunicación, posibilitan el intercambio de papeles de los individuos como emisores o receptores y son, por tanto, formas de comunicación bidireccional. De las diferencias y las implicaciones sociales que las caracterizan dimos cuenta en la parte I, cap. 1 de este trabajo.

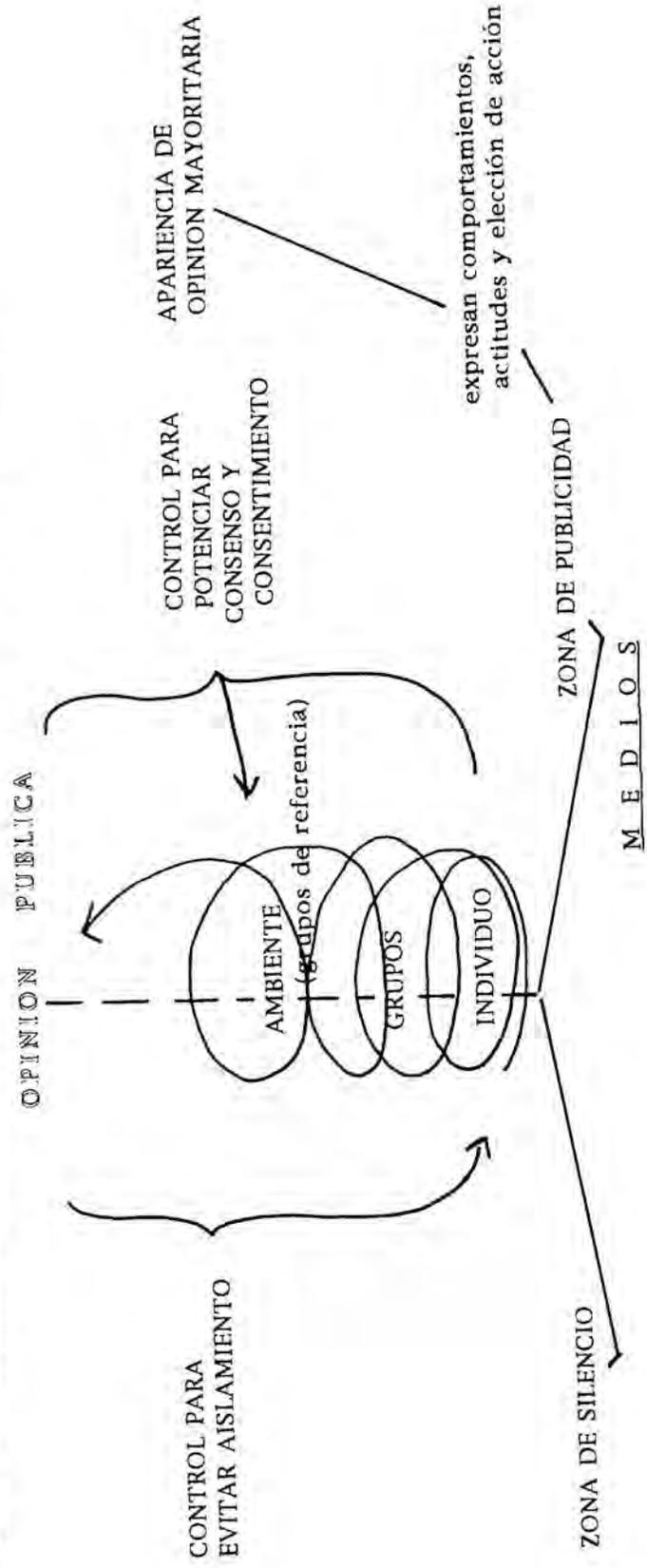
³⁵⁵ Destacamos aquí la unidireccionalidad que caracteriza al proceso de comunicación de masas (del que dimos cuenta en la parte I, cap. 1 de este trabajo) como elemento condicionante de la interacción posible entre individuo y medio social.

mensajes); las determinaciones que establecen el interés público se contienen en el espacio público (y por las reglas del sistema político poliárquico).

Así como (ya hemos visto) **el espacio público no coincide con el espacio público mediático, no coinciden tampoco las cuestiones públicas** (del interés común) **con las cuestiones mediáticamente presentadas** y, en el mismo sentido, **tampoco** debemos hacer coincidir (ni teórica, ni analíticamente) **la opinión manifestada por los medios con la opinión manifestada** (o expresada, con los términos de Noelle-Neumann) si queremos dar cuenta del proceso de la opinión pública y del lugar de los MCM en ese proceso.

Nuestra propuesta de interpretación del proceso de la opinión pública es, en síntesis, la siguiente. El proceso de la opinión pública contiene la afectación que ejerce sobre el individuo el espacio público (el ambiente social, que denomina Noelle-Neumann) y que ejerce el espacio público mediático (o el ambiente social mediático) para que cada individuo organice valores, actitudes y posiciones alrededor de las cuestiones de interés público que cada uno de esos espacios designa (el ambiente social y el ambiente social mediático). Son factores determinantes de la dirección en que un individuo es afectado tanto en su propia posición en el espacio público (el papel político que desempeña y el poder social que acompaña a este papel) como en la posición de los grupos sociales y sus líderes en y con los que interactúa. He aquí nuestra propuesta en forma de figura:

Figura 15: El proceso de formación de la opinión pública. La teoría de la espiral de silencio.



2.2.1.2. Estrategias de investigación de la opinión pública.

Si consideramos que la opinión pública es aquella de la que dan cuenta los medios de comunicación de masas, estamos omitiendo cuestiones socialmente y sociológicamente relevantes (de las que hemos ido dando cuenta en el contenido del trabajo que precede en las partes I, II y III) implicadas en la comunicación de masas y, por tanto, significativas para incorporarlas en el análisis; básicamente estas:

- la comunicación de masas es expresión de un proceso unidireccional (por el que se otorga poder comunicativo a los emisores y no a los receptores);

- la comunicación de masas es el producto de una selección de mensajes y de su transformación (las coordenadas espacio-temporales de cada medio; los recursos para transmitir el texto y/o la imagen);

- la comunicación de masas es un producto de consumo masivo (está hecho en forma tal que se garantice que llega a la masa);

- la comunicación de masas se produce en medio de una estructura social a la que sirve y, a la vez, de la que se alimenta (necesariamente recoge o se hace eco de las determinaciones estructurales -sociales, económicas, políticas, culturales-; recoge o evoca las formas de estratificación de las necesidades políticas y culturales del funcionamiento estable del sistema social).

De otro lado, si hacemos coincidir opinión pública y opinión aparecida en los medios estaríamos omitiendo las diversas etapas implicadas (no sólo mediáticas) en el proceso mismo de la opinión pública:

"El siguiente bosquejo trata de identificar las etapas de un proceso típico de opinión pública. Al empezar, nos encontramos con un grupo de gente, grande

o pequeño, que presta atención a las comunicaciones acerca de un "issue" [tema de debate público]. Algunas de estas personas se forman actitudes acerca del "issue". Se comunican entre sí, y con sus amigos y asociados, directamente o a través de los medios. Se dispone de más noticias y comentarios acerca del "issue", y miembros adicionales se integran en el público. Los que prestan atención al "issue" en cuestión se enteran de cómo otros piensan acerca de él. Ellos mismos toman partido, a veces por escrito. Se desarrolla con frecuencia el sentimiento de que "nosotros" o "la gente como nosotros" piensa de una manera -la manera correcta- mientras que "ellos", los que expresan opiniones diferentes acerca del "issue", están equivocados o, incluso, son inmorales. Entonces, después que el "issue" ha sido tratado, o después de que la atención se desplace a otras cuestiones, la mayoría de la gente experimenta una rebaja en la intensidad de sus actitudes. Habitualmente continúan sintiendo lo mismo, y expresarán sus opiniones actuales si el "issue" es planteado, pero el fervor moral se ha evaporado. En esta fase final, estas personas pueden de nuevo cambiar sus actitudes con relativa facilidad si encuentran una razón para hacerlo.

Al estudiar la opinión pública es importante determinar si, en cualquier momento dado, los encuestados sostienen sus opiniones como individuos o si se perciben a sí mismos como miembros de un grupo de creyentes en un asunto común.³⁵⁶

Nosotros proponemos retomar la caracterización completa de este proceso y a partir de ella, en lo que sigue, organizar las estrategias de investigación oportunas que permitan el análisis del contenido de aquellos mensajes aparecidos en los medios significativos o relevantes para la opinión pública:

³⁵⁶ W. P. Davison, "The future of public opinion in liberal democratic societies", en S. Rothman (ed.), The Mass Media in Liberal Democratic Societies. Paragon House, Nueva York 1992, pág. 316.

1. **Existe un proceso de opinión pública y un proceso de opinión pública mediática, donde el segundo interviene (en algún grado) sobre el primero.** Tal vez el análisis no pueda dar cuenta exacta de la intervención mediática en el proceso de opinión pública; pero no por ello debe ser esto eliminado como **premisa de investigación**, incluso este puede ser el núcleo de la investigación:

"Aunque Allport (1937) prevenía, tempranamente, contra el peligro de malinterpretar opiniones que aparecen en la prensa como opiniones públicas (lo que él denominaba el 'periodismo-falacia'), reconocía, sin embargo, que las noticias y descripciones editoriales sobre la opinión pública podrían convertirse en autorreforzadoras. Los puntos de vista ofrecidos por los medios de comunicación no han de confundirse conceptualmente, sin lugar a dudas, con los de sus audiencias, pero hay buenas razones para sospechar que aquéllos tienen un papel significativo en la formación de éstos."³⁵⁷

2. Este papel significativo mencionado por Price es el que subraya la teoría de la espiral del silencio cuando expresa que los medios de comunicación de masas forman parte del ambiente social, desde donde intervienen presionando a individuos y grupos para que silencien o expresen una opinión, y desde donde intervienen destacando las cuestiones susceptibles de integrarse en la opinión pública. Este segundo nivel de **intervención del ambiente mediático en el proceso de opinión** ha sido conceptualizado como "**la agenda**" que los medios organizan y desde la que piensan los ciudadanos su vida cotidiana. La investigación de este aspecto del proceso de opinión pública, a mi entender y según lo argumentado, debe orientarse en las siguientes direcciones:

³⁵⁷ V. Price, op. cit. pág. 115.

a- recoger los datos pertinentes sobre los temas públicos (temas de debate público o "issues") señalados por los medios;

b- medir la intensidad relativa que los medios otorgan a los diversos temas (periodicidad, espacio disponible, status otorgado, etc.);

c- y medir el nivel de correlación entre temas mediáticos y temas señalados por el conjunto de la sociedad desde otros ámbitos (por ejemplo, la manifestación de temas prioritarios por parte del aparato político y de organizaciones sociales y cuestiones-objeto de movilización masiva).

3. En la investigación sobre la opinión pública mediática y su papel en el proceso de opinión pública se plantea el problema de que la primera es más fácilmente accesible que la segunda. Este hecho puede ser sorteado por medio de **una estrategia de investigación**: consiste en reconocer que así como los medios forman parte del ambiente social que propueve el proceso de la opinión pública, y así como los medios dependen en sus "rutinas productivas" de la información que el medio social les suministra, el **ritmo de información sobre un tema** (intensidad y períodos mediáticos asignados) debe estar correlacionado con el **ritmo social** (centralidad del tema y debate social sobre el mismo) que acompañe al proceso de opinión pública sobre ese determinado tema:

"Un ritmo más rápido caracterizará a la opinión pública cuando los temas de debate público ("issues") atraigan la atención de mucha gente en el conjunto de una sociedad, y también cuando la opinión se forme acerca de "issues" de interés primordial para públicos más especializados."³⁵⁸

³⁵⁸ W. P. Davison, "The future of public opinion in liberal democratic societies", en S. Rothman (ed.), *The Mass Media in Liberal Democratic Societies*. Paragon House, Nueva York 1992, pág. 316.

4. Pero seguramente el ritmo de información mediática condicionará el propio ritmo social (en el sentido de presionar para producir cambios en el proceso de opinión pública). Este tipo de correlación ya ha sido tomada en cuenta en la caracterización del ambiente social como contenedor de los medios. Aquí, lo susceptible de investigación y también significativo es **averiguar si se producen diferencias significativas en los ritmos informativos de distintos medios sobre el mismo tema e identificar -en ese caso- qué puede motivar esos distintos ritmos.** En principio, cada medio tipo 1 produce rutinariamente mensajes fácilmente accesibles -tanto en términos de oportunidad como de lenguaje- e informa de todo aquello que pueden cubrir los otros medios -del mismo tipo- con los que compite; luego ¿en qué circunstancias un medio concreto decide no informar a pesar de que los otros medios sí lo hacen?, o ¿cuándo finaliza el período de información de un tema (el período de vigencia)?, o este final ¿qué expresa, el tiempo que señala el final del tema como "novedad" para el medio, o el tiempo que señala el desinterés público sobre el tema?, etc.

5. Estas preguntas se fundan en una sospecha suscitada por la misma teoría de la espiral del silencio: **la opinión pública es un proceso social continuo** de formación de opiniones que recorre una y otra vez sus núcleos o elementos (individuos, grupos, ambiente social, medios, silencio y expresión). El análisis, lo que realmente puede medir es la duración de un tema de interés común, las fases o cambios de una opinión y su aproximación (mayor o menor) a un estado de opinión; y lo que se identifica habitualmente como opiniones públicas no son sino las manifestaciones públicas (en las que se incluye a los medios de manera destacada) en un momento específico del proceso y que el análisis sí es capaz de identificar:

"Esta predicción suscita dos preguntas: cuáles son las fases principales en el desarrollo de la opinión pública, y por qué deberían estas fases ocurrir con mayor rapidez. Con relación a la primera pregunta, los estudiosos del tema han

reconocido desde hace mucho que la opinión pública tiene, para utilizar una metáfora procedente de las ciencias naturales, diversos isótopos. Ferdinand Tönnies escribió sobre la opinión pública gaseosa, fluida y sólida. Algunas opiniones, hizo notar, tienden a "disolverse en la nada", mientras que otras son proclives al cambio y otras, en fin, son firmes como una roca. (...)

La opinión sobre cada "issue" sigue un curso ligeramente diferente. En algunos casos, no se alcanza jamás, para usar el término de Tönnies, un estado sólido; el proceso queda abortado, quizá porque se ha resuelto el "issue", o porque éste ha sido apartado ante otras cuestiones de mayor urgencia. En otros casos, se alcanza con rapidez el estado sólido y éste persiste durante largo tiempo."³⁵⁹

6. La última estrategia de investigación sobre el proceso de opinión pública que podemos indicar aquí, consiste en identificar **los núcleos** (procesos, actores o fenómenos sociales) **que ponen de manifiesto**, en algún sentido, **aquello que denominamos opinión pública**, y que son susceptibles de investigación empírica:

a- Los sondeos (pero asumiendo las críticas que P. Bourdieu³⁶⁰ realiza sobre la construcción de las encuestas de los sondeos y admitiéndolas como matizaciones necesarias a la correspondencia que es posible establecer entre resultados de los sondeos y opinión pública). Los sondeos nos sirven como

³⁵⁹ W. P. Davison, *Idem*. La predicción a la que alude el autor se contiene en la cita inmediatamente anterior del mismo.

³⁶⁰ Las críticas que el autor realiza sobre el uso de los resultados de los sondeos haciéndolos equivaler a la opinión pública se concentran en tres aspectos de un tronco común: los cuestionarios de los sondeos se formulan bajo presupuestos falsos. Uno, "todo el mundo puede tener opinión sobre un tema" (ingenuamente democrático). Dos, "todas las opiniones tienen el mismo valor" (sin embargo, las opiniones individuales tienen una fuerza proporcional a la fuerza o poder social de los individuos que las sustentan). Y tres, se plantea la misma cuestión a todos como si todos estuviesen de acuerdo en que es esa y no otra la cuestión social relevante. P. Bourdieu, "La opinión pública no existe", *Voces y Culturas. Revista de Comunicación*, N° 10, Barcelona 1996, págs. 137-148.

información del proceso de opinión pública porque, independientemente de su veracidad o la fidelidad con que reflejan la opinión real, en el hecho de que sean publicados -y por tanto, socialmente usados- se está posibilitando que afecten al proceso de opinión.

b- Las declaraciones oficiales o actividades del Estado: gobierno, parlamento, aparato judicial y aparato administrativo

c- Los posicionamientos de los líderes de sectores sociales, que equivalen a "declaraciones" públicas de la sociedad: "declaraciones" mediáticas (p.e. cartas individuales o colectivas publicadas en la prensa, manifiestos recogidos por los medios, manifiestos recogidos mediante pago), manifestaciones y movilizaciones sociales

d- Los rumores: el valor de los rumores en el proceso de opinión pública consiste en que, independientemente de la verdad o falsedad que contengan, la sociedad se hace eco de ellos de alguna manera (los reproduce, los difunde y pueden formar actitudes individuales y colectivas) porque existe un ambiente social receptivo a ellos³⁶¹ (expresan el ambiente social en forma de deseos, miedos, prejuicios, etc. que propician que determinados rumores y no otros se propaguen).

e- El contenido de los mensajes de los medios (catálogo de temas, catálogo de portavoces o líderes sociales y tendencias que representan, expresadas o asociadas a sus grupos respectivos), en los que se incluye también información sobre los mencionados núcleos anteriores (de la a a la d) que son, en algún sentido, expresión de la opinión pública.

Todas estas formas de manifestación de la opinión pública deben ser analizadas reconociendo el doble papel que pueden desempeñar en el proceso

³⁶¹ Sobre el uso de la diseminación de rumores para "sondear la opinión pública" o para desviar la atención pública sobre el contenido del debate parlamentario, véase J. Keane, *Democracia y sociedad civil*, Alianza Editorial, Madrid 1992, pág. 211.

social de la opinión pública: a la vez que la pueden manifestar, forman parte del ambiente social que condiciona la formación y expresión de las opiniones individuales y de los grupos, y es -en este segundo papel- como cada uno de estos núcleos de manifestación de opinión pueden ser utilizados para imponer cambios en las direcciones de la opinión pública.

El contenido de la opinión pública mediática es uno de los objetivos de la CPM y ésta se compone, en este aspecto, de los mensajes que se intercambian en la parte "mediática" incluida en el proceso de la opinión pública, tal y como lo hemos caracterizado. En contraste, el proceso y contenido global de la opinión pública es uno de los objetivos de la CP. La relación entre los primeros elementos que señalamos, opinión pública mediática y CPM, y los segundos elementos puede ser caracterizada diciendo que:

a- los primeros (opinión pública mediática y CPM) forman parte de los segundos (el proceso social de la opinión pública y la CP), pero no en la forma de una simple inclusión sino que

b- a la **opinión pública mediática** y a la **CPM** implicada podemos atribuirles un **papel destacado** caracterizándolo, ahora, como el papel **de difusión** del proceso de opinión general, al tiempo que pueden intervenir en las fases del proceso **imponiendo un ritmo mediático** (tiempos y temas de opinión) para cada fase.

2.2.2. Entre la mediatización política y la socialización política.

Además del proceso de la opinión pública, la CPM se concreta en otros dos procesos en los que -a través de los medios- quedan vinculados ciudadanos, políticos y profesionales de los medios. El primer proceso consiste en la "mediatización política". Este proceso lo equipara Bregman a los "*procesos de agenda* ": por un lado existe la "función de agenda de los medios de

comunicación masiva en la opinión pública" (agenda- setting) y, por otro lado, la "anotación en agenda de las políticas públicas (policy agenda-building) (...)

El análisis de la agenda building tiene por objeto estudiar el proceso por el cual la agenda de las minorías políticas en el manejo de las políticas públicas resulta influido por la agenda de los medios y de los ciudadanos (las preocupaciones de la opinión pública).

En esto nos damos cuenta de que el estudio de los procesos de agenda se basa en la localización de las interacciones recíprocas que rigen las relaciones entre tres tipos de agenda: la agenda de los medios, la de los ciudadanos y la de los actores políticos."³⁶²

A- La mediatización política.

Destacan aquí dos situaciones:

1. Cuando el nexo comunicativo se establece esencialmente entre sistema político y ciudadanía, se produce lo que se ha dado en denominar la "mediatización de la política", que debe ser entendida como el proceso por el que los medios ofrecen a los ciudadanos información -mediática- de los sucesos y de los papeles políticos destacados en el funcionamiento del sistema. En este sentido, el proceso de mediatización se concreta en el establecimiento de una "**agenda ciudadana**", de la que se sirve el conjunto de individuos de la sociedad para reconocer los temas, cuestiones y personajes relevantes que componen el desarrollo normal de la política institucional. Los medios establecen la "**agenda**"

³⁶² D. Bregman, "La función de agenda: una problemática en transformación", en J-M. Ferry y otros, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona 1992, págs. 211-212.

porque señalan **los ítems y tiempos de reflexión ciudadana oportuna o adaptada al funcionamiento político:**

"El periodismo tiene (...) una función de *correlación* para el público atento, ayudándole a coordinar sus propias respuestas internas al entorno político. Es decir, los noticiarios reúnen puntos de vista e ideas que contrastan dentro del público atento, comunican a sus miembros lo que piensan los demás, y en consecuencia ayudan a organizar su reacción colectiva (...)"³⁶³

Pero, desde el punto de vista de los ciudadanos, la tarea de mediatización, al establecer este tipo de agenda, desempeña **también una función de vigilancia del entorno político:**

"Los periodistas, al cubrir los acontecimientos políticos y siguiendo las actividades de los actores políticos, permiten a los públicos atentos formarse alrededor de desacuerdos con la élite. A este respecto, los medios de comunicación realizan una función de *vigilancia* para sus audiencias. (...) Esta función vigilante de la prensa es, tal vez, el servicio público más importante que se le atribuye y que reclaman los medios de comunicación. (...) Como agentes de vigilancia, los periodistas intentan alertar al público de los problemas. Presentan noticias sobre la conducta de las élites políticas -sus acciones, presumibles intenciones y desacuerdos internos- ante la atención de sus audiencias. Al hacer esto, los reporteros proporcionan el principal mecanismo para permitir a un público atento seguir el entorno político, al menos el limitado por factores institucionales, profesionales y organizativos (...)"³⁶⁴

³⁶³ V. Price, op. cit., pág. 108.

³⁶⁴ V. Price, op. cit., págs. 107-8.

2. Cuando el vínculo comunicativo esencial pone en conexión a profesionales de los medios y políticos, entonces el proceso de mediatización establece los que se denomina la **"agenda política"**. El papel de mediatización se concreta en el establecimiento de la agenda de los políticos a partir de la información que suministran los medios: por un lado, de lo que acontece socialmente que puede ser significativo para el funcionamiento de la política institucional ya sean informaciones sobre demandas, conflictos o problemas sociales; por otro, informaciones sobre procesos sociales existentes con significado político (la representación de las organizaciones sociales); o, también, informaciones sobre procesos o cuestiones embrionarios, que se inician socialmente. **Los medios ponen a disposición de los políticos una agenda que les orienta en el establecimiento de prioridades sociales** -las cuestiones que tienen que satisfacer a través de políticas y leyes- y les alerta de las nuevas cuestiones que la sociedad les puede plantear. Por otro lado, en la agenda política se incluye la posibilidad de **discusión y de diálogo "mediatizado" entre los diversos actores de la política** o los diversos miembros de que se compone el cuerpo político. En este caso, la mediatización consiste en el uso, por parte de los actores políticos, de los medios como canal de difusión de los intereses propios de cada actor y de las discrepancias que se establecen entre ellos, ya sea por razones de conflicto de intereses o por razones de competencia entre ellos para acceder a una cuota mayor de poder. **La mediatización consiste en el uso instrumental de los medios** por parte de los componentes de las organizaciones políticas **para afianzar (difundir) su posición política** (en la "matriz del poder social" como denomina C. Offe) o en el recurso a la información (el desprestigio de un oponente, la amenaza pública, la deslegitimación de una determinada acción, etc.) **como instrumento en la "lucha por el poder"** (siguiendo la misma denominación de Offe).

B. La socialización política mediática:

Todos los aspectos implicados en el proceso de mediatización forman parte del espacio público mediático, esto es, suceden ante la mirada pública de los ciudadanos -receptores de los medios-. Pero si de lo que se compone, y por medio de lo que se desarrolla, el proceso mediático de la mediatización (agenda ciudadana y agenda política) es de mensajes, entonces el proceso de mediatización es, respecto del conjunto de ciudadanos, un proceso de transmisión de significados políticos (aquellos que interpretan los receptores de este tipo de mensajes), de valores, de creencias, de representaciones sobre una determinada actividad política. El proceso de mediatización es, a la vez, un proceso de socialización política por el que los ciudadanos incorporan un conjunto de creencias, valores y representaciones necesario para el funcionamiento del sistema social y político en el que se integran; y por el que los ciudadanos organizan sus propias creencias, valores y representaciones en términos de preferencias (unas antes que otras) o en términos de identidad ("nosotros" frente a "ellos").

En primer término, la socialización política consiste en la incitación de conductas y valores -de manera espontánea o no planificada e indirecta- adaptadas a la ideología predominante o hegemónica en la que se sustenta el sistema social -la democracia liberal-. El uso que hacemos aquí del término ideología coincide con el significado que le otorga C. Geertz cuando lo hace equivaler al "esquema cultural" que, junto con otros esquemas culturales (religiosos, filosóficos, estéticos y científicos), "[sirve como fuente de información] en virtud de la cual puede estructurarse la vida humana, [convirtiéndose en un mecanismo] para percibir, comprender y manipular el mundo..."³⁶⁵ **La socialización política consiste en el suministro de información sobre la imagen que el sistema social proyecta de sí mismo a los ciudadanos con fines de**

³⁶⁵ C. Geertz, La interpretación de las culturas, Gedisa, México 1987, pág. 189.

orientación de la conducta política, individual y de grupo, congruente con los valores políticos dominantes. En este sentido podemos establecer que ese conjunto de valores equivale a la ideología de un sistema social, es decir el conjunto de creencias y valores requeridos para la estabilidad del sistema y que, en situaciones de equilibrio, comparte la abrumadora mayoría de los sectores dirigentes (el "establishment")

En segundo término, la socialización política lleva a cabo el ofrecimiento del espectro ideológico posible (la orientación ideológica de cada partido y del conjunto de partidos), suministrando los conjuntos de señales de identificación sobre las que cada individuo selecciona y con las que puede expresar sus preferencias. Para el significado, en este punto, del término ideología nos servimos de la propuesta de T. A. Van Dijk que se concentra en la acepción del término cuando éste es asociado a un determinado grupo social para caracterizarlo ("la ideología del grupo", o el conjunto de valores y creencias comunes que le otorgan una específica identidad):

"Nuestra teoría propone que las ideologías son la base "axiomática" de las representaciones mentales compartidas por los miembros de un grupo social. Es decir, representan los principios básicos que gobiernan el juicio social, a saber, lo que los miembros del grupo consideran acertado o erróneo, verdadero o falso.

¿Cómo son las ideologías? A pesar de la extensa bibliografía existente sobre las ideologías, no lo sabemos, pero podríamos especular sobre los contenidos típicos y en especial sobre la estructura de las ideologías. Por ejemplo, muchas ideologías de grupos incluyen la representación de Sí mismos o de los Otros, de Nosotros y Ellos. Por lo tanto, muchas ideologías parecen estar *polarizadas* (...) especialmente cuando existen intereses en conflicto.

(...) la principal función cognitiva de las ideologías es organizar actitudes específicas del grupo."³⁶⁶

Por tanto, **la socialización política que llevan a cabo los medios se concreta en el proceso de transmisión de información partidista que adopta cada medio y desde la que representan posiciones de proximidad o lejanía a las ideologías** que operan en el sistema social de las democracias liberales, coincide con la pluralidad ideológica **de grupos organizados y de partidos políticos**³⁶⁷. En medio de este proceso de socialización, cada individuo receptor de un medio particular obtiene un conjunto de valores y símbolos con los que se identifica asociado a una determinada ideología o partido, y obtiene un conjunto de valores y símbolos por medio de los cuales rechaza otras ideologías o partidos.

2.2.3. La investigación sobre la función del control político-mediático.

La actividad mediática que hemos sintetizado en los procesos de agenda (ciudadana y política) y el proceso de socialización política revela, respecto del funcionamiento del sistema político en su conjunto, los contornos de un ejercicio o una función de control social. Esta tarea de control ha sido evaluada tradicionalmente en dos direcciones: a) asociándole un sentido de control político fuerte, donde los individuos son "víctimas" de los medios y del aparato político; y b) asociándole un sentido de control débil o difuso, donde los individuos son "receptores activos" de los mensajes de los medios y activos, por tanto, respecto de la interpretación que realizan de su sistema político. (Respecto de las investigaciones y estudios que se han llevado a cabo sobre la cuestión, la primera forma de evaluación del control se concentra, en términos generales, en una parte de los trabajos de análisis de los mensajes de los medios, mientras que la

³⁶⁶ T. Van Dijk, "Opiniones e ideologías en la prensa", Voces y Culturas. Revista de Comunicación. Barcelona 1996, Nº 10, págs. 12-3.

³⁶⁷ Otra cosa es que los medios puedan ofrecer información más o menos objetiva de los hechos y de intensidad simétrica relativa a los componentes de esa pluralidad ideológica.

segunda forma de evaluación del control se concentra en los análisis de la recepción de los mensajes³⁶⁸).

Nuestra propuesta de análisis sobre esta cuestión, plantea una **hipótesis de trabajo: la mediatización política ofrece un mecanismo de control político fuerte o débil dependiendo de las coyunturas** en las que el aparato político lleva a cabo las actividades relativas al ejercicio **del poder o del gobierno**³⁶⁹. En esta hipótesis se contiene la propuesta de tomar distancia tanto del contenido de los mensajes de los medios, así como de su recepción, para situarse primero en las

³⁶⁸ Algunos de los trabajos que se concentran en el análisis y teorización sobre los mensajes mediáticos encuentran signos fundados para la atribución del carácter ideológico de este tipo de mensajes y, entre estos trabajos, algunos atribuyen intencionalidad -incluso extrema- en la construcción de los mensajes; son estos últimos los que se refieren a un control político "fuerte" como función socio-política esencial de los medios. En esta línea de interpretación destacamos el conjunto de trabajos de crítica social que realiza N. Chomsky, y de manera destacada aquí, el contenido de sus obras Ilusiones necesarias, Crónicas de la discrepancia y Los guardianes de la libertad, y destacamos también el trabajo de E. Noelle-Neumann y su "teoría de la espiral del silencio" que ya hemos considerado en algún detalle. Mientras que los trabajos que orientan al análisis de la recepción, muestran una posición común respecto del poder o control mediático -débil o inexistente- porque encuentran receptores diversos (situados en contextos sociales diversos) que desechan o aceptan los mensajes dependiendo del significado que desde su propio contexto atribuyen a los mensajes. Entre otros, destaca en este tipo de teorizaciones sobre los medios el caso paradigmático de Thompson que, atribuyendo como función esencial de los medios la de reproducción cultural, sólo localiza el valor ideológico de los mensajes de los medios cuando éstos ya han sido recibidos e interpretados por la sociedad. Véase al respecto, J.B. Thompson, Ideology and Modern Culture, Stanford, California 1990, especialmente "Rethinking Ideology in the Era of Mass Communication", págs. 264 y ss. Sobre las posiciones en la atribución del papel de control de los medios me remito al contenido desarrollado en la parte II de este trabajo.

³⁶⁹ Esta es la interpretación -que concretamos ahora para el análisis de la comunicación política- del "control estructurado" que se posibilita con la función de reproducción de los MCM (como función social básica de los medios tipo 1) que definimos en las páginas finales de la parte II de este trabajo. En el caso que nos ocupa ahora, la función reproductiva se concentra en la reproducción de las condiciones de estabilidad requeridas para el funcionamiento del sistema político poliárquico que, aun posibilitando el cambio político implícito a la pluralidad que caracteriza a este tipo de sistema, satisface las condiciones de estabilidad por medio de una ejercicio de control estructurado de sus condiciones inestables (sus coyunturas políticas).

condiciones conyunturales que caractericen (en cada momento) al funcionamiento del sistema político, y después, desde estas coyunturas, pasar al análisis de los medios (mensajes y recepción). La otra vía de trabajo (el estudio del papel político *per se* de los medios, desde las condiciones mediáticas) implica una omisión³⁷⁰ -desde nuestro punto de vista- que equivale a un error fundamental: prescindir de la existencia de un sistema político, un espacio político, una opinión pública y situaciones políticas diversas previas a los medios.

Por último, en nuestra propuesta de análisis incluimos también la posibilidad de evaluar los datos de los medios como información de su funcionamiento y de su papel, pero también como datos que forman parte de un conjunto mayor de información (que puede suministrar la ciencia política y la sociología política) de la sociedad en la que opera, en este caso del espacio político en el que opera. En este sentido la evaluación de la actividad de los medios *per se* debe quedar relativizada y condicionada a esa totalidad de informaciones que no puede suministrar el análisis anterior.

El ejercicio del poder político y del gobierno, especialmente en su vertiente institucional, sigue unas pautas y define unas coyunturas políticas por las que se rige la actividad política en su conjunto. El estudio clásico de Lukes sobre el poder nos permitirá, a continuación, identificar esas pautas. En el esquema de interpretación tridimensional del poder de S. Lukes se muestra cómo la autoridad se puede ejercer por tres vías: por medio del poder coercitivo o represivo, por medio de la manipulación y por medio de la influencia o persuasión. En los dos primeros tipos, la situación de "conflicto de intereses"

³⁷⁰ La tarea de recuperación de este olvido para el análisis de la comunicación política mediática se apunta en alguno de los trabajos recientes al respecto: véase, J. M. McLeod, M. Kosicki y D. M. McLeod, "Expansión de los efectos de la comunicación política", en J. Bryant y D. Zillman (comp.), Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Paidós, Barcelona 1996, págs. 169-222.

determina que el ejercicio de autoridad sólo pueda ser posible como ejercicio de poder (sirviéndose, en cada caso, de la represión o de la manipulación como instrumentos para imponer un determinado orden o como instrumentos para resolver el conflicto de intereses). El tercer tipo de autoridad es sólo posible en situaciones donde no existe conflicto de intereses y se sirve de la influencia o persuasión como instrumento para organizar un determinado orden.

Dice este autor, en conclusión: "Se echará de ver que en este esquema, puede ser o no una forma de influencia, según que intervengan o no sanciones, mientras que influencia y autoridad pueden ser o no una forma de poder, según que intervenga o no un conflicto de intereses. La autoridad consensual, sin conflicto de intereses, no es, por tanto, una forma de poder"³⁷¹.

La organización de nuestra hipótesis contiene una caracterización del control social comprensible por medio de estas tres dimensiones de la autoridad:

a- Cuando existe conflicto de intereses para el ejercicio del poder se requieren o (1), instrumentos de coerción o fuerza o (2), instrumentos de manipulación. Como, siguiendo al esquema de Lukes, en el primer caso, la coerción o la fuerza se aplican sobre conflictos de intereses observables (que, por el criterio de representación de las poliarquías, implican a grupos determinados y organizados del conjunto de la sociedad), en este caso el ejercicio de control es puramente político (bajo las reglas y mecanismos establecidos en la forma del sistema político). En el segundo caso, la manipulación sólo es posible aplicarla sobre conflictos de intereses latentes (que precisamente lo son, en una poliarquía, porque no existe canal organizativo estable que los represente y, por tanto, pueden implicar a una dimensión amplia de la ciudadanía o al conjunto de la sociedad), antes de que se consolide el conflicto en forma abierta; en este caso el mecanismo de manipulación por excelencia (respecto del conjunto de la sociedad) o de control son los medios de comunicación de masas.

³⁷¹ S. Lukes, El poder. Un enfoque radical, Siglo XXI, Madrid 1985, pág. 39.

b- Cuando no existe conflicto de intereses (ni manifiestos, ni latentes), lo que opera es la autoridad en sentido estricto (o la "autoridad legítima" weberiana), capaz de influir o persuadir para que se lleven a cabo las conductas políticas adecuadas y requeridas para el funcionamiento del sistema político. En la sociedad contemporánea este ejercicio de autoridad legítima se funda no en la tradición, en la racionalidad de los medios elegidos para alcanzar fines o en el carisma, sino en la representación de una tradición, en una racionalidad o en un carisma que se difunde -y en parte se construye- a través de los medios de comunicación de masas. También la aceptación de tal autoridad se difunde y parcialmente se construye en los medios.

Los medios difunden mensajes que se corresponden con los tres tipos de ejercicio de autoridad y de las tres coyunturas conflictuales que los demandan:

1. En el primer tipo de coyuntura, **los medios pueden intervenir ofreciéndose como instrumento de control político fuerte** (lo común, en este caso, es encontrar medios específicos instrumentalizados para tal fin por el conjunto del aparato político; los medios que potencialmente pueden ser así instrumentalizados son los medios tipo 1 -que definimos páginas atrás- que, además, dependen o sean propiedad del Estado).

2. En el segundo tipo de coyuntura, los medios pueden intervenir sirviendo, **unos, como instrumento de control para un determinado conjunto de actores políticos y, otros, como instrumento de control de otro conjunto de actores**. En este caso tiene sentido la referencia a un control mediático débil, porque el conjunto de los medios muestran la pluralidad de grupos e intereses que intervienen en las poliarquías y se fragmentan ellos mismos en correspondencia con ello.

3. En el tercer tipo de coyuntura, no existe necesidad de ningún tipo de control mediático directo sino que, **en el funcionamiento normal o rutinario de los medios, éstos suministran información influyente** para el conjunto de los

ciudadanos: diseminan valores y creencias característicos de la ideología asociada a la estabilidad del sistema social en su conjunto; diseminan valores y creencias característicos de cada grupo ideológico; representan a los líderes relevantes socialmente; difunden y confieren **status por medio del carisma que otorga el hecho de aparecer reiteradamente en los medios** a personajes concretos; ayudan a **mantener el status** de ciertos personajes influyentes socialmente difundiendo reiteradamente mensajes sobre ellos (por ejemplo, por medio de la reiteración mantienen o sobredimensionan formas de influencia basadas en la autoridad tradicional como son la monarquía o la iglesia). Todo esto se produce y ofrece en forma de información rutinaria sobre aquello que acontece socialmente, o en forma de rituales adaptados a la producción y difusión mediática³⁷².

Finalmente, el análisis de esta hipótesis sobre la atribución de la función del control mediático dependiendo de las coyunturas del ejercicio del poder, requiere de **un contraste sistemático con los distintos tiempos de información política** que destacan en los medios, esto es, **las rutinas informativas** (del funcionamiento de la actividad política del conjunto de la sociedad), y los **tiempos de campaña** (incluyendo las campañas electores y las campañas institucionales políticas). Existe un tercer tipo de tiempo de información político-mediática que se caracteriza por su contraste con la normalidad política que reflejan los tiempos de rutinas y los tiempos de campaña; a este tercer tiempo lo denominamos **"tiempos de crisis de opinión"**.

³⁷² Los rituales mediáticamente producidos y difundidos pierden su valor político o su significado inmediato de poder y se ofrecen en primer lugar como espectáculo o entretenimiento, pero eso no significa que, en segundo término, no tengan efectos sobre la vida política y la estructura de poder de la sociedad en la que se producen y difunden.

3. Un modelo de análisis de la comunicación política mediática.

Recapitulando las características más relevantes y atribuibles a la CPM, tenemos que:

1. El **espacio público** del proceso político mostraba una serie de **temas de interés común** que eran el centro del mismo proceso; mostraba también **un conjunto de actores políticos** que desarrollaban su actividad a partir de la **estructura jerarquizada** característica de los grupos de acción colectiva (la jerarquía del poder social de la "sociedad civil" o la ubicación de los grupos que la componen en la "matriz de poder social", con la denominación de C. Offe) y por medio de **unas relaciones fijas y normativizadas** (institucionalizadas) que sirven de pauta para el vínculo que se establece entre los grupos de acción colectiva organizada y los grupos de poder gubernamental y estatal.

2. En contraste, en el **espacio público mediático** se incorporan **parcialmente** tanto los **temas de interés público** como el **conjunto de actores políticos** -grupos más o menos organizados o con más o menos poder de la sociedad civil y los actores representantes del poder gubernamental y de la administración del Estado-. De la primera razón de esta parcial incorporación, de todo aquello de que se compone el espacio público para producir el espacio público mediático, nos da cuenta la distinción entre **CP y CPM**, que hemos caracterizado como **"dos dimensiones distintas de lo político"** (en una, en la CP, la política se desarrolla entre los actores políticos que el funcionamiento de las democracias liberales establece, y en la otra, en la CPM, la actividad política implica al conjunto de la sociedad y pone en conexión al sistema político con el ciudadano, o mejor, en esta dimensión inherente a la CPM el sistema político hace que cualquier individuo pueda convertirse en ciudadano).

3. Hemos visto que la caracterización de la CP está condicionada por los distintos niveles implícitos en el proceso político (la toma de decisiones de políticas públicas, la matriz del poder social y la lucha por el poder), es decir, está condicionada por la actividad fundamental que con ella se desarrolla, la actividad política; en el mismo sentido, podemos establecer que la CPM debe estar condicionada por la actividad mediática, esto es, la producción de mensajes políticos susceptibles de consumo masivo. Por tanto, el supuesto con el que operamos para el contraste entre la CP y la CPM consiste en el establecimiento de una simetría de partida: si el proceso político se expresaba por medio de los niveles de actividad política, entonces el proceso mediático-político debe contener ahora los niveles de la actividad mediática. ¿Qué destaca en el proceso mediático-político? Que en él se contienen tres procesos o tres perfiles de actividad, esto es, la opinión pública, la mediatización política y la socialización política. Pero por el carácter mediático de los mismos, a cada uno por separado y en conjunto se les superpone el ritmo que destaca en la información política que llevan a cabo los medios. **El ritmo mediático de la CPM** (tiempos y temas de opinión, tiempos y temas de socialización política, y tiempos y temas de mediatización) presenta **tres fases**: las rutinas informativas, las campañas (electorales e institucionales) y las "crisis de opinión". Vémoslo a continuación.

a- Las **rutinas informativas** ofrecen el conjunto de mensajes necesarios para **la reproducción mediática del proceso de opinión pública** y **para el establecimiento de las agendas** (política y ciudadana) y para la **socialización política**. Las rutinas informativas, o el suministro normal de noticias (acontecimientos y datos de la actividad política) posibilitan el proceso productivo que los medios llevan a cabo; son el resultado de las relaciones fijas e institucionalmente establecidas entre medios y fuentes de información, o entre periodistas y actores políticos (portavoces del gobierno y del aparato del Estado y, en general, el conjunto de líderes y representantes políticos de la sociedad civil); y expresan una situación de normalidad política que, por medio de la selección y elaboración de los medios, se convierte en noticias.

b- Los **tiempos de campaña** se producen en medio de las rutinas informativas, donde el acontecimiento electoral viene, por un lado, a romper la rutina o normalidad informativa, y por otro, es el tiempo en que los medios elaboran parcialmente³⁷³ sus productos -mensajes- concentrándose en este acontecimiento y sirviéndose del mismo como la materia prima con la que produce. En este caso, el ritmo de las informaciones que los medios suministran (por medio de la selección de acontecimientos y elaboración de mensajes a partir de ellos) es alterado por la demanda política de campaña, sobre cuya base tienen que acomodar o reajustar los tiempos y espacios de información rutinaria. Los tiempos de **campaña** de interés para nuestro trabajo, contienen:

b.1. El conjunto de mensajes que los partidos políticos y/o los medios elaboran **con objeto de escenificar la competencia política** que se funda en el **sistema electoral** estipulado por cada sociedad de democracia liberal. Dentro de estas reglas de competencia electoral se incluyen también las regulaciones establecidas sobre el contenido y el tiempo mediático posible para la emisión de los mensajes de campaña.

b.2.- El tipo de **campañas institucionales de significado esencialmente político**³⁷⁴. El objetivo de estas campañas es proporcionar mensajes ideológicos que refuercen alguno de los aspectos a los que se dirige la socialización política mediática, o complementar a ésta: un tema de contenido en la socialización de *la*

³⁷³ En el sentido de que las noticias se elaboran manteniendo un espacio reservado para aquellas que se producían en el período de rutinas informativas.

³⁷⁴ Sobre las campañas institucionales o públicas en un sentido general (y no sólo político), sus condiciones de aplicación y sus probabilidades de éxito, véase R. E. Rice y Ch. Atkin, "Principios de las campañas de comunicación pública de éxito" en J. Bryant y D. Zillman (comp.), Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Paidós, Barcelona 1996, págs. 477-515.

ideología³⁷⁵, o un tema de interés definido desde alguna de *las* ideologías, o demandado por alguna de estas ideologías³⁷⁶.

c- Los **tiempos de "crisis de opinión"**³⁷⁷ se corresponden con tiempos excepcionales donde lo que destaca es (mediáticamente) la ruptura de la normalidad informativa. Desde el punto de vista de la producción de mensajes

³⁷⁵ Constituyen ejemplos cercanos de este tipo de campañas institucionales todas las que acompañaron al inicio de la transición española, y que tenían por objeto sensibilizar y socializar a la población en las conductas (libertad, voto, discrepancia política, responsabilidad ciudadana, etc.) que el cambio de régimen demandaba. Pero este tipo de campañas pueden producirse cada vez que el aparato de gobierno considere oportuna una actividad de refuerzo sobre alguna forma de conducta ciudadana.

³⁷⁶ Constituyen ejemplos cercanos de este tipo de campaña las que el gobierno de la Generalitat catalana ha llevado a cabo como refuerzo de lo que se esperaba que la ciudadanía asociase a "la identidad catalana" (*Sóm sis mil.lions*); o las que el Ayuntamiento de Barcelona promovió alrededor de las Olimpiadas del 92 (*Barcelona, posat guapa*) que, en principio, podían ser consideradas campañas sin intención política pero que podían tener efecto sobre la valoración política que los ciudadanos tenían sobre los papeles del alcalde y de los concejales y, transitivamente, sobre la consideración y valoración respecto del partido mayoritario en el gobierno del Ayuntamiento.

³⁷⁷ Ejemplos cercanos de "crisis de opinión" son: los acontecimientos sociales y la división de opinión que sucedieron en España alrededor del referéndum de la OTAN y su expresión en los medios, la división de opinión expresada por medio de la huelga general del 14 de diciembre de 1988, la división de opinión que se precipitó alrededor de la 'guerra del Golfo', en España y en otros países, y la crisis de opinión que se expresaba en las movilizaciones sociales en Francia -finales de marzo, principios de abril- en 1994 (una de sus caracterizaciones mediáticas, *el 68 al revés*, ya expresaba con elocuencia la naturaleza de este tipo de crisis. Véase *El País*, Domingo 3 de abril de 1994). Para un análisis del papel de los medios en la crisis del Golfo, véase Philip Taylor, *War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*, Manchester University Press, Manchester 1992.

El término "crisis de opinión" surge en medio de un grupo, en el que me incluía, de discusión y reflexión sobre el papel social de los medios. Este grupo se originó alrededor del período de la guerra de Golfo y fue disuelto, aunque nunca del todo (siguen los amigos), por diversas circunstancias más o menos alrededor de las Olimpiadas del 92. Este trabajo debe a este grupo algunas de las preguntas que se suscitaron como algunas de las indicaciones para la reflexión (incluyendo el término mismo). Mi reconocimiento por la autoría del término "crisis de opinión" a C. Zeller, así como mi agradecimiento a éste y a E. Giordano, S. Aguilar, A. Rodríguez y D. Montero.

(selección y elaboración), en estos tiempos se produce una selección condicionada por la prioridad de información que impone un acontecimiento. Este destaca primordialmente por las dimensiones sociales implicadas (afecta a la mayoría de la población de una sociedad) y que, no siendo propiamente un acontecimiento imprevisto, sin embargo, precipita reacciones imprevistas (movilizaciones y manifestaciones sociales de gran calado) y una división ciudadana de alta carga emocional. Estas reacciones de gran dimensión social son imprevistas tanto para el conjunto de actores políticos como para el conjunto de profesionales de los medios, e incluso para el conjunto de la sociedad (dado que ésta reacciona manifestando una dirección común que, necesariamente, no es ni planificada ni organizada y, por tanto, no podía estar prevista). En esta situación, los medios se ven abocados a producir mensajes que dan cuenta de este tipo de reacción social en un tiempo productivo no establecido (sin reglas formales o informales que sirvan de criterio en la selección de noticias y produciendo según el ritmo impuesto por los acontecimientos). Veamos sus aspectos más destacados:

- **Las reacciones sociales imprevistas** muestran un único nexo común: **la dirección común que expresa la mayoría de la sociedad** en relación a un acontecimiento o tema de interés público **es opuesta a la dirección** que expresa - en sus decisiones y en su actividad- **el gobierno** de esta sociedad y, en general, el "establishment". En esto se funda la denominación de "crisis de opinión": estos tiempos muestran la ruptura del consenso que ha fundamentado y legitimado, hasta ese momento, la actividad y las decisiones no sólo del gobierno, sino del sistema político institucional en su conjunto.

- **Las crisis de opinión se producen en una determinada y específica coyuntura** (económica y política) por la que atraviesa una determinada sociedad. Estas coyunturas pueden estar motivadas y, por tanto, así ser caracterizadas, por las condiciones que se imponen desde la relación del gobierno con la política internacional; por las condiciones que se imponen internamente al gobierno (la competencia entre partidos al margen de las situaciones de campaña); o por

condiciones económicas (de crisis internas o externas). Pero tienen en común la característica de encapsular los problemas heredados en esa coyuntura específica, polarizar a la opinión pública respecto a ella, escindir el conflicto entre el aparato institucional (el "establishment") de un lado y una mayoría ciudadana de otro, y poner de relieve -emotivamente- los límites de la política institucional.

- El **motivo** esencial de la crisis -que se precipita en esas coyunturas- tiene más que ver con la **decepción o frustración que siente la sociedad** cuando el gobierno toma decisiones alrededor de una cuestión concreta que con la gravedad o dificultad manifiesta de esas coyunturas: el mecanismo básico que precipita la división de opinión o crisis es la no satisfacción de las expectativas sociales creadas por un determinado gobierno o liderazgo político (de alguna manera, la sociedad no es la que cambia de opinión sino que es el gobierno el que parece -a ojos de la sociedad- haber cambiado, y en este cambio traiciona la expectativa que previamente había alimentado).

- En los tiempos de crisis de opinión los **flujos de información** entre las organizaciones del sistema político y los medios **muestran**, además, alguna forma de **desconcierto y de vacío de criterios informativos**, al tiempo que reproducen en sus mensajes la división de opinión entre sociedad y gobierno. Los medios **dan cuenta de la ruptura** que se produce cuando la sociedad demanda -a sus líderes políticos y al gobierno- una determinada dirección -aplicación política- en la resolución de una cuestión de interés común, mientras que el gobierno aplica o resuelve la cuestión justo en la dirección opuesta a la señalada por la sociedad. Pero este "dar cuenta" no se produce con normalidad: no existe posibilidad de planificar el espacio, el tiempo y las secciones informativas que darán cuenta de los acontecimientos diversos que se pueden producir; la producción en estos tiempos está condicionada y va a remolque de las condiciones mediáticas que impone la situación; en la producción es ahora prioritario facilitar el espacio, tiempo y secciones adecuados a las características del acontecimiento concreto (aquellos que sean demandados por las circunstancias sociales en las que se

expresa la sociedad o que sean demandados por las circunstancias políticas que se imponen a los dirigentes del gobierno o, incluso, que se deriven de las posibles exigencias o imposiciones, más o menos directas, marcadas por el aparato del gobierno).

- En general, **el inicio** de estas crisis periodísticas (el flujo comunicativo no se produce rutinariamente) y de gobierno (deslegitimado por la misma sociedad que le ha elegido) se expresan "mediáticamente" reproduciendo una situación de desconcierto -que los medios recogen-. El suministro de información se produce, en cada medio y matizado por el signo ideológico propio, en forma de 'zig-zag': por un lado, los medios ofrecen, en intensidad importante, informaciones alrededor de los estados de la sociedad (que generalmente se muestran con gran espectacularidad y esto ya es razón suficiente para que sean noticias en los medios); por otro, ofrecen informaciones y justificaciones de las medidas que aplica el gobierno y que les suministra éste (en los criterios de noticiabilidad se incluía el rango o status de los implicados en la información o los suministradores de mensajes); y se mueven -durante un tiempo, el que dura la crisis- alternativamente desde el suministro de un tipo a otro de información ("sociedad" y gobierno).

- La **reacción final** mediática parece adaptarse a las demandas del gobierno; es éste el que suministra las pautas o criterios de información que los periodistas deben seguir suplantando así las rutinas informativas habituales y acabando con el "vacío de criterios" al que aludíamos. El final mediático del tiempo de crisis de opinión sucede con el reconocimiento y aceptación mediática -por parte de los periodistas y del conjunto de los medios, en su papel de instituciones de servicio público- de las indicaciones -más o menos directas, más o menos difusas- que señalan los responsables del gobierno. J.B. Thompson nos ofrece un ejemplo temprano de "crisis de opinión" en Gran Bretaña y la forma de finalización de la misma:

"Desde sus orígenes hasta la actualidad, la BBC se ha encontrado frecuentemente en situaciones embarazosas en las que estaban en juego intereses en conflicto, y en las que tenían que tomarse decisiones sobre qué transmitir y cómo. Dado el marco institucional de la BBC, existía siempre el riesgo de que este proceso de toma de decisiones pudiera favorecer sistemáticamente, en casos donde estuvieran en juego conflictos serios o la seguridad nacional, los puntos de vista del Estado o de los funcionarios gubernamentales. Como es bien conocido, esto es exactamente lo que ocurrió con la huelga general de 1926, la primera crisis importante de este tipo que confrontaba la BBC. [John] Reith [primer director de la BBC] resistió los intentos de algunos miembros del Gobierno de "militarizar" ["commandeer"] la BBC con el argumento de que tales acciones serían a la vez contraproducentes e innecesarias: 'Si el Gobierno es fuerte y su causa correcta no necesita adoptar tales medidas. Asumiendo que la BBC es para el pueblo y que el Gobierno es para el pueblo, se sigue que la BBC debe ser para el Gobierno en esta crisis también'. El argumento de Reith es significativo por lo que revela acerca de los riesgos ocultos que acechan a las instituciones de comunicación en régimen de servicio público: en tiempos de crisis, sugería Reith, los problemas para definir "el interés público" se pueden resolver alineando temporalmente la institución de comunicación con el Gobierno, el cual, en principio, debe tener como preocupación central el bienestar del pueblo en su conjunto. Para aquellas personas preocupadas por la libertad de las instituciones de comunicación respecto del Estado, los peligros inherentes a este recurso temporal son evidentes. La cuestión no es simplemente que, con ocasión de la huelga general de 1926, o en varias ocasiones posteriores, la BBC haya favorecido al Gobierno o haya cedido a la presión procedente del Gobierno o de otros organismos del Estado; la cuestión es, más bien, que el principio de la transmisión comunicativa como servicio público, al propugnar un control unificado sobre las transmisiones, al ubicar a las instituciones de comunicación dentro de la esfera pública y encargarles la tarea de defender los intereses públicos, conlleva el riesgo de que la neutralidad que pretenden esas instituciones sea puesta en tela de juicio en la práctica por medio del respaldo sistemático a las posiciones del Gobierno y del Estado."³⁷⁸

³⁷⁸ J.B. Thompson, Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication, Stanford University Press, Stanford 1990, pp. 258-259. Los subrayados son

• Así como habíamos caracterizado el suministro de información mediática por su continuidad, donde ella misma, la continuidad, servía para que los sujetos receptores se mantuvieran atentos a lo que los medios explican diariamente sobre su entorno social, también la habíamos caracterizado por la posibilidad mediática, al escenificar los conflictos y su resolución, de despojar a los sujetos receptores de la preocupación por lo que realmente acontece en su medio social. **Lo que muestran las crisis de opinión** es que:

- La continuidad y la distancia que la mediatización posibilita es sólo posible cuando en el contenido (situaciones y soluciones) de los mensajes sólo se implica a los actores políticos (en su papel de representantes de la sociedad, ya sean líderes políticos y líderes de las organizaciones que componen la sociedad civil) cuando éstos se mantienen en su papel de representación.

- Pero cuando la sociedad en su conjunto, en relación a un tema, se opone a las decisiones o planes de los representantes políticos, elegidos

nuestros. Thompson no utiliza la denominación "crisis de opinión" para referirse a este ejemplo ni a ningún otro semejante. Sobre el papel de los medios en las crisis véase también Marc Raboy y Bernard Dagenais, Media, Crisis and Democracy: Mass Communication and the Disruption of Social Order, Sage, Londres 1992, y A. Mattelart y M. Mattelart, Los medios de comunicación en tiempos de crisis, Siglo XXI, México 1998. Estos trabajos se refieren a las crisis en su sentido más general (incluyendo básicamente, las crisis bélicas, económicas y políticas) y desde ellos se proyecta la idea de que los medios son uno de los instrumentos -de segundo orden- que el gobierno emplea para resolver las crisis -utilizando instrumentos de primer orden en función del tipo de crisis-; su uso se concreta, primero, en el recurso que facilitan los medios para el apaciguamiento social o para reducir al mínimo la alarma social que producen las crisis; segundo, la difusión mediática de las medidas de gobierno y la legitimación de éstas por medio de la difusión de la dificultad para aplicarlas y la difusión de la racionalidad o efectividad que pueden asociarse a tales medidas. Estos trabajos vienen a continuar lo que ya inició R. Miliband cuando atribuyó a los medios el papel de legitimación del Estado, pero referido concretamente ahora al papel de los medios en las situaciones de crisis. Véase R. Miliband, El Estado en la sociedad capitalista, Siglo XXI, Madrid 1980.

democráticamente para tal papel político, lo que se produce es la confrontación de dos opiniones opuestas sobre el mismo tema, una liderada por la sociedad y la otra liderada por el gobierno, y lo que se produce es una escisión grave de la opinión pública que paraliza la mediatización política habitual. Esto puede sugerir también que entre las causas de las crisis de opinión se encuentra una mediatización previa incorrecta (es decir, ineficiente: que no ha llevado a cabo un buen establecimiento de la agenda política, de la agenda ciudadana o no ha propiciado una adecuada socialización política alrededor de una cuestión).

• Para el **análisis de las "crisis de opinión"** proponemos **dos interpretaciones** posibles formadas por un conjunto de hipótesis que -a nuestro entender- demandan investigación empírica:

- Una, mediática- Las crisis de opinión suceden porque los procesos de mediatización (agenda política y agenda ciudadana) y de socialización política no han sido llevados a cabo eficazmente y se han producido errores en:

a- La generación, con la información que suministra el gobierno a los medios, de expectativas sociales imposibles de satisfacer.

b- La mediatización en la que se vincula al conjunto de los actores políticos ha dejado desatendida una parte importante de este conjunto (los medios no han servido como medio de conexión entre ellos, sino que han reproducido de manera sobredimensionada el poder de que dispone alguno o algunos de ellos a la vez que subestiman la dimensión de poder de otros).

c- La mediatización ha desatendido a la mayoría de la población de la sociedad (quizá porque no era encuadrada ni por las organizaciones del Estado ni por las organizaciones de la sociedad civil). Este aspecto de la cuestión, sin duda, sería un indicador de la existencia de una deficiente cultura democrática, o un indicador de los déficits democráticos de las poliarquías.

-Otra, política- Las crisis de opinión suceden, de forma espontánea pero recurrente, porque algunas de las condiciones características del sistema político poliárquico las precipitan:

a- El funcionamiento de las poliarquías demanda de las organizaciones políticas (partidos políticos y el conjunto de las organizaciones de la sociedad civil) una actividad cooperativa que mantenga la unidad política y el consenso sobre las "reglas de juego", y que éstas sean expresión del poder legítimo que puede ejercerse respecto de la sociedad en su conjunto; pero les exige la confrontación y enfrentamiento entre ellas (competir es la manera en que cada una por separado mantiene su cuota de poder y de representación). Si esto es así, entonces, podemos generalizar que las crisis de opinión se precipitan cuando en la relación entre las distintas organizaciones políticas prevalece la competencia por encima del nivel exigido de cooperación entre ellas.

b- El funcionamiento de las poliarquías contiene un desarrollo estrecho y limitado de la democracia pero, sin embargo, se alimenta de la aspiración social a la democracia (este es uno de los valores centrales que se incluyen en la socialización política que hemos especificado páginas atrás como la socialización en *la* ideología hegemónica³⁷⁹). Y si desde sectores amplios de la sociedad (el conjunto de la sociedad que precipita la crisis) se reclama algún tipo de democratización adicional, entonces podríamos generalizar que las crisis de opinión expresan situaciones concretas en las cuales el conjunto de la sociedad parece querer romper los marcos constreñidos por las poliarquías y dar el salto a

³⁷⁹ La paradoja implícita en la producción de "ilusiones necesarias" a la que se refiere Chomsky: "Los principales objetivos de la fabricación del consentimiento son aquellos que se consideran como ' los miembros más sensatos de la comunidad', los 'intelectuales, los 'dirigentes de la opinión'"; hacia éstos se difunde básicamente la información de la existencia de las condiciones democráticas, los valores y la necesidad de preservarla; que éstos crean en la fiabilidad de las condiciones de la democracia existente es la "ilusión necesaria" para que estas condiciones se mantengan. N. Chomsky, Ilusiones necesarias. El control del pensamiento en las democracias liberales, Libertarias/Produphi, Madrid 1992, pág. 64 y ss.

otra forma de sistema político. Esto mismo parece apuntar N. Chomsky cuando se refiere a las "crisis de democracia" y su causa:

"La democracia significa que los ciudadanos deberían disponer de la oportunidad de informarse, de tomar parte en la investigación y la discusión y la elaboración de políticas, y de hacer avanzar sus programas por medio de la acción política. Para nosotros la democracia se concibe desde un punto de vista más estrecho [la poliarquía]: el ciudadano es un consumidor, un observador, pero no un partícipe. El público tiene derecho a ratificar políticas que se originan en otro lugar, pero si se sobrepasan estos límites no tenemos democracia, sino una "crisis de democracia" que se ha de resolver de algún modo."³⁸⁰

• En estos tiempos de "crisis de opinión", y en el contraste con los anteriores, se hace patente, por un lado, que las relaciones entre CP y CPM o entre opinión pública y opinión mediática no son automáticas; y por otro, que las relaciones entre el sistema político de las democracias liberales y la ciudadanía no son estables. Esto último requiere de alguna precisión añadida:

- En la CP implicada en los niveles del proceso político, que páginas atrás hemos descrito, destacan dos rasgos, uno como caracterización de la comunicación que es uno de los soportes para el funcionamiento del sistema político y otro como expresión del funcionamiento del mismo sistema político. El primero se expresa en la visión dinámica e inestable que ofrecen el conjunto de mensajes y la relación conflictiva entre los actores políticos implicados (emisores y receptores de la CP, como páginas atrás los hemos identificado) que motiva la comunicación. El segundo se expresa por medio de una visión transversal del conjunto de proceso político en la que se ofrece la síntesis sobre qué significa el "gobierno" de la sociedad en las democracias liberales: es gobernar (por medio de la CP) la inestabilidad que supone la confrontación continua de intereses legítimamente reconocidos; es gobernar (por medio de la CPM)

³⁸⁰ N. Chomsky, Ilusiones necesarias. El control del pensamiento en las democracias liberales. Libertarias/Produphi, Madrid 1992, pág. 25.

haciendo que la confrontación y los intereses no desborden los cauces establecidos.

- Por medio de la CPM se establecen los cauces mediáticos que organizan la representación del funcionamiento del sistema político y asignan -en esta tarea de representación- un espacio y un tiempo ininterrumpido de información sobre la confrontación de intereses y sobre la resolución de las situaciones inestables (que acompañan a esa confrontación). Donde ininterrumpido, respecto del ciudadano, es sinónimo de tener información de la actividad para la que han elegido a sus representantes políticos. En esta representación y reproducción mediática el desenvolvimiento democrático parece estable, sin embargo, los tiempos de crisis de opinión pueden estar poniendo de relieve, por un lado, el carácter puramente escenificado de la estabilidad política y, por otro, la aceptación parcial por parte de la ciudadanía de las restricciones que implica la representación poliárquica.

4. Descripción y Esquema del modelo de comunicación política mediática.

Descripción del modelo: La comunicación política mediática consiste en un determinado proceso comunicacional que desarrollan los medios de comunicación de masas; este proceso es calificado como político porque por medio de él se vincula al conjunto de miembros de una sociedad dada en cualquier aspecto de la actividad política socialmente posible. En las democracias liberales este proceso es esencial porque: primero, sirve como instrumento de difusión de la actividad política posible y necesaria; segundo, sirve como instrumento de vinculación política de los individuos anónimos y de los grupos organizados; tercero, sirve para activar el compromiso individual de ciudadanía -posibilitado y demandado por el régimen democrático-; y quinto, sirve para configurar un espacio público -de debate, discrepancia y competencia política- que implica al conjunto de la sociedad según sea la forma poliárquica establecida (libertades y derechos, u obligaciones y restricciones).

La comunicación política mediática se sirve de los MCM como canal de difusión social, y de manera esencial se sirve de los MCM tipo 1 dado que éstos son altamente accesibles a la mayoría de la población. Sus mensajes son productos simbólicos elaborados industrialmente a partir del material comunicativo que es soporte de la actividad política: este material puede ser concretado como la comunicación social necesaria para toma de decisiones gubernamentales, para las interacciones en el seno de la matriz del poder social y para la lucha por acceder al poder; o como la comunicación social implicada en las interacciones entre sociedad civil y Estado y su plasmación en una determinada política institucional. Sólo excepcionalmente los mensajes políticos de los medios se elaboran a partir de un material parcialmente ajeno al desarrollo de la política institucional (en el tiempo presente y en nuestra forma social, esta excepción la constituyen los nuevos movimientos sociales).

Las fuentes originarias de los mensajes de la comunicación política son el conjunto de representantes, dirigentes y líderes del aparato del Estado y de la sociedad civil y, en términos generales, son los sujetos calificados como relevantes del espacio público.

El destino de la comunicación política mediática es cualquier receptor de los medios, y si éstos son de tipo 1 su destino probable es el conjunto de la sociedad.

Dado que la comunicación política mediática (que es nuestro objeto de estudio) se alimenta del material de comunicación política posible en una poliarquía, entonces sus componentes característicos (debate y discrepancia, representación y asociación) influyen en la actividad comunicativa de tal manera que imponen dos ritmos o tiempos informativos adaptados a los ritmos o tiempos políticos: respectivamente, por una lado las rutinas informativas y las campañas electorales, y por otro, la actividad política institucional (toma de decisiones gubernamentales y negociaciones entre actores políticos) y la competencia entre partidos.

Pero el régimen poliárquico requiere del cumplimiento de unos principios básicos que lo garanticen: la implicación ciudadana de la mayoría de la población y alguna forma de cooperación entre actores políticos. Estos principios imponen a la comunicación política mediática la adopción de antemano de estos principios; estos principios una vez adoptados como guía del proceso comunicativo se convierten -por la dinámica del proceso- en objetivos políticos del mismo proceso comunicativo. Los medios tipo 1 satisfacen los principios básicos de la actividad política poliárquica -compromiso ciudadano y cooperación entre actores políticos- por medio de tres procesos que destacan y definen a la comunicación política mediática: la opinión pública, la mediatización (respecto de la información necesaria para la interacción entre ciudadanos y actores políticos, y la información necesaria para la interacción entre el conjunto de actores políticos) y la socialización política (por medio de la que se hacen posibles procesos de opinión discrepantes entre las ideologías y, al mismo tiempo, se superpone un proceso de opinión acorde con la ideología hegemónica o la aceptación poliárquica).

Este tipo de imposiciones poliárquicas a las que se someten los medios de comunicación de masas no son, en términos generales, un ejercicio de poder, ni requiere de formas explícitas de manipulación, sino que son más bien un resultado de adaptación espontánea entre MCM y sistema político en el que funcionan. En el mismo sentido, en términos generales los MCM no imponen o someten a sus receptores a una determinada opinión pública, ni desarrollan los procesos de mediatización y de socialización guiados por mecanismos de manipulación, sino que más bien estos procesos están condicionados tanto por los ritmos de la actividad política (que no deciden los medios) como por las condiciones de producción industrial que los caracteriza.

Que en la relación entre MCM y sistema político se establezca una relación básica de dependencia, o que la comunicación política mediática adopte la forma de las condiciones características de la poliarquía y, viceversa, que la

poliarquía funcione y dependa del ritmo de comunicación mediática, se hace patente por medio del análisis de las situaciones excepcionales que hemos denominado "tiempos de crisis de opinión" y su comparación con las situaciones normales o las "rutinas informativas".

Por medio de la comparación entre situaciones de rutina informativa y las situaciones de crisis de opinión establecemos como características relevantes de la comunicación política mediática:

- (a) la dependencia de los medios al sistema poliárquico;
- (b) esta dependencia expresa, en condiciones normales, una forma de adaptación mutua entre ambos;
- (c) por la que la actividad política básica se desarrolla bajo el formato y los tiempos mediáticos, y por la que la comunicación mediática contiene actores, temas y procesos característicos de dicha actividad;
- (d) esta adaptación es, en principio, espontánea.

Y establecemos las pautas de explicación de las situaciones excepcionales:

Si caracterizamos la actividad política poliárquica como característicamente inestable y dinámica y como aquella que requiere de la implicación ciudadana mayoritaria (donde ésta parece hacerse efectiva sólo por medio de los procesos mediáticos de socialización y mediatización). Y si reconocemos que la aceptación de las reglas y la participación ciudadana en el funcionamiento de las poliarquías confiere a los representantes políticos la legitimidad para su gobierno, las garantías de su continuidad y las posibilidades de alcanzar ciertas formas de consenso, independientemente de cuáles sean sus decisiones o medidas políticas concretas. Entonces las situaciones excepcionales de las "crisis de opinión" pueden ser explicadas como resultado de las situaciones en que:

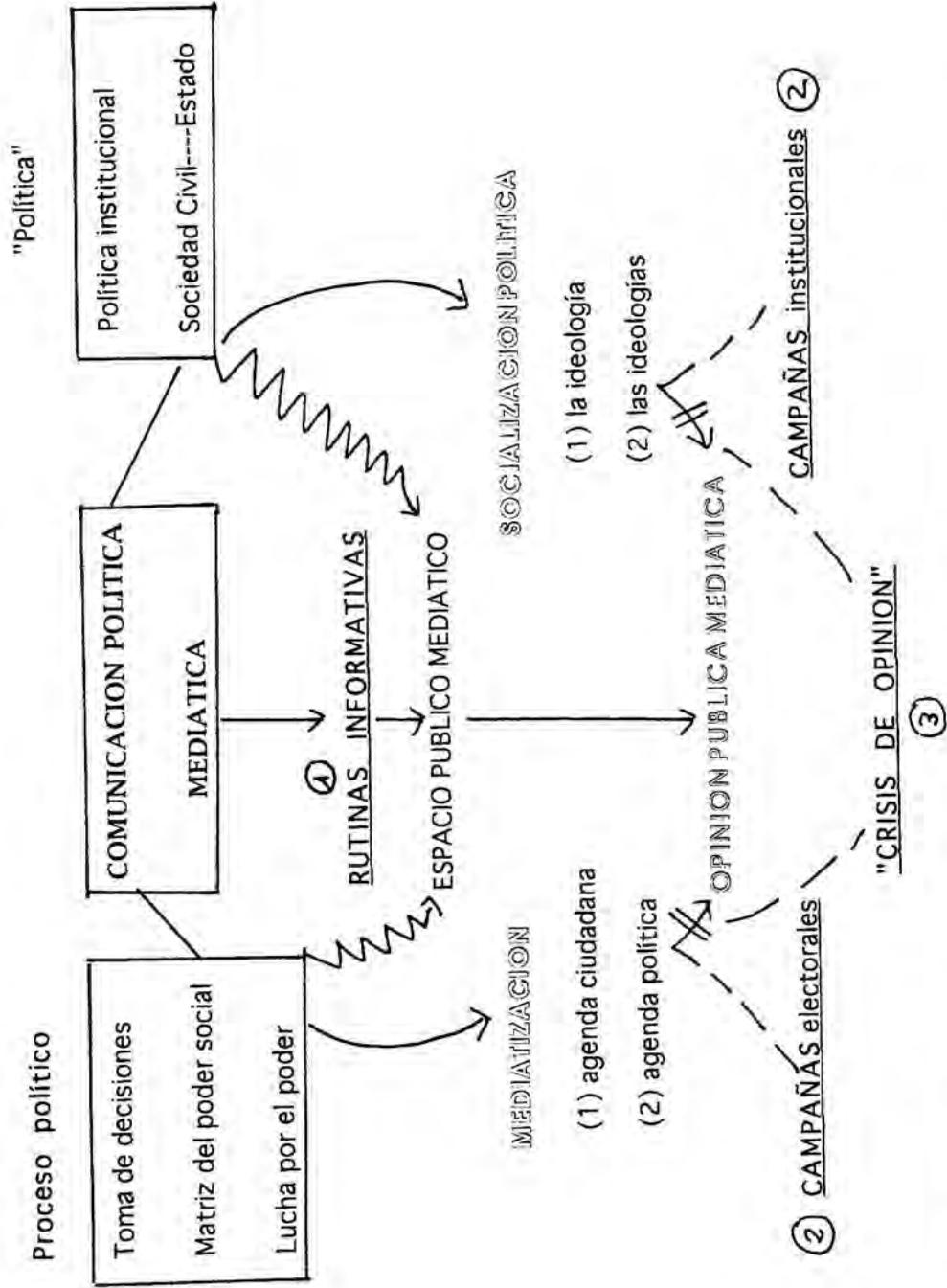
(1) la inestabilidad política de las poliarquías supera el nivel mínimo de cooperación requerido entre los diversos grupos ideológicos, o

(2) los procesos mediáticos desatienden en algún grado el establecimiento de las agendas ciudadanas y políticas o no desarrollan de manera adecuada la socialización política, o

(1) y (2) a la vez, por lo que no es posible el funcionamiento normal ni de las poliarquías ni de aquellos medios que difunden información accesible a la mayoría de la población de estos sistemas políticos.

Por último, si por el análisis de la comunicación política mediática es posible establecer la dependencia de los medios al sistema político poliárquico, también es posible establecer -por la misma comparación entre situaciones de rutinas informativas y de crisis de opinión- algún sentido de los márgenes democráticos característicos de las poliarquías: los temas políticos que son objeto de las crisis de opinión pueden ser analizados como las cuestiones por las que la sociedad anónima en su conjunto no renuncia a su exclusión de la actividad política directa, o no acepta la representación como única forma de participación política efectiva. En términos más generales, el análisis de la comunicación política mediática focalizada en la comparación entre las rutinas informativas y las crisis de opinión excepcionales pone de relieve que las poliarquías operan con mecanismos establecidos de representación, de debate, de discrepancia y de cooperación política que los medios tipo 1 difunden al conjunto de la sociedad, y pone de relieve que, aún aceptándolas como la mejor fórmula política ensayada para nuestras sociedades de capitalismo desarrollado, no están desarrolladas de manera perfecta.

Figura 16: Esquema del modelo de comunicación política mediática



①, ②, ③ - Tiempos de información mediática.
 // - Inadecuación del proceso mediático (de mediatización o de socialización).

COCLUSIONES GENERALES

El objetivo final de la Tesis era ofrecer un modelo de análisis de la comunicación política mediática característica de las democracias liberales. Este objetivo se ha satisfecho asumiendo el conjunto de restricciones que caracterizan actualmente la comunicación de masas y que ahora ofrecemos como conclusiones generales de esta investigación:

1. La comunicación de masas es un proceso social que promueve una relación asimétrica y unidireccional entre diversos sujetos sociales. Por este proceso se sitúan unos determinados sujetos (aquellos que difunden mensajes en los medios de comunicación de masas) como emisores de la comunicación, que disponen de un conjunto de organizaciones a su servicio para elaborar tales mensajes, y se sitúan otros sujetos como simples receptores de la comunicación de masas, donde éstos, en principio, no disponen para la recepción e interpretación de los mensajes más que de las propias cualidades psíquicas, cognoscitivas, culturales y sociales.

2. La comunicación de masas se difunde por el canal de los denominados medios de comunicación de masas, pero la evolución histórica en la que éstos han estado implicados hasta su consolidación ha producido un uso diferenciado de los mismos, hasta el punto que hoy no pueden ser caracterizados por medio de la denominación unívoca de la comunicación de masas (entendiendo ésta como caracterización de su objetivo o como denominación de su contenido característico).

3. La comunicación de masas y sus medios contienen hoy una diversidad suficientemente heterogénea como para invalidar muchas de las investigaciones -y las conclusiones a las que con ellas se llega- que, en términos generales, están intentando explicar este fenómeno social.

4. Ni el uso del término de manera imprecisa, ni la especificación ad hoc, sirven para la investigación de la comunicación de masas pero, a pesar de la heterogeneidad y diversidad que esta parece mostrar y que invalida cualquier uso del término con pretensión científica por impreciso, existe, sin embargo, el fenómeno de la comunicación de masas y unos específicos medios de comunicación de masas, de hecho con estos términos se está apelando a una determinada tecnología social característica de nuestra época y de nuestra sociedad.

5. La comunicación de masas como tecnología social específica sólo puede ser referida en sentido estricto a la comunicación de masas efectivamente usada e implantada en el conjunto de nuestra sociedad y, por lo mismo, se sirve de unos determinados medios que son específicamente usados e implantados en el conjunto de la sociedad: son éstos y aquélla accesibles a la mayoría de la población porque han acomodado sus mensajes a la diversidad de gustos o necesidades que la mayoría de la población espera satisfacer (información y entretenimiento); porque elaboran su producto de la forma más accesible (técnica, cognoscitiva y culturalmente); y porque difunden sus mensajes de la manera económica más accesible (subvencionados por la publicidad y/o por el Estado).

6. La comunicación de masas y los medios de comunicación de masas hoy son la radio, la prensa, la TV y la revista masivas. Las otras formas de comunicación que reciben la misma denominación sólo se aproximan en algún grado a la generalidad de contenidos y la accesibilidad que estos medios específicos muestran y que hemos denominado medios tipo 1. Estas otras formas de comunicación deben ser denominadas por medio de la especificación de los públicos específicos a los que se dirigen y a los que están efectivamente al alcance, y por medio de la especificación de los tipos de contenidos que a estos públicos ofrecen

7. Si, por criterios de análisis, pretendemos dar cuenta de la comunicación de masas como fenómeno social específicamente característico de nuestra forma

social general, entonces el objeto en el que se concentra la investigación es exclusivamente los medios tipo 1 pero reconociendo que, primero, la pluralidad informativa es posible desde el conjunto de todo tipo de medios; segundo, que esta pluralidad informativa no está al alcance de la masa receptora a la que los medios tipo 1 se dirigen; y tercero, que las valoraciones de este tipo específico de medios debe siempre quedar relativizado por la existencia de otros medios que difunden mensajes potencialmente al alcance de determinados sectores de la población y no de otros, y dado que los miembros de estos sectores no desarrollan su vida social de manera aislada sino que es posible que entren en contacto con miembros de otros sectores (también y por ejemplo, los miembros potencialmente receptores de los medios tipo 1).

8. Son los medios tipo 1 -y la comunicación de masas que hacen posible- los objetos de análisis sobre los que se les puede interpretar un papel social general (estructural) de la tecnología de la comunicación de masas, o sobre los que se puede explorar este papel. Las investigaciones y trabajos que se han desarrollado durante este siglo ofrecen caracterizaciones de este papel social en términos de los efectos que los medios producen sobre su audiencia (potencialmente la sociedad completa), pero estos efectos han sido evaluados no exclusivamente en los términos que marcan los resultados de las investigaciones sino también como pautas de interpretación de las funciones sociales que se atribuir a los medios y ofreciendo, al mismo tiempo, la imagen de la sociedad que guía a cada conjunto de investigaciones o teorías. Por medio de la evaluación de la pertinencia de estas atribuciones al papel de los medios, y por la pertinencia a nuestra forma social actual, hemos destacado como relevante y característico del papel social de los medios tipo 1 su función reproductiva, o su capacidad de ser soporte para la reproducción de nuestra específica forma social (de capitalismo desarrollado y de democracia liberal).

9. El desempeño de la función reproductiva de los medios tipo 1 sólo es posible en las condiciones propias de nuestro sistema social, y sólo es posible si

estos medios operan en medio de la institución de la comunicación de masas que incluye, además de estos medios, las organizaciones e instituciones que suministran el material comunicativo con el que elaboran sus mensajes; incluye organizaciones que asumen tareas parciales de la producción de los mensajes mediáticos (instituciones culturales y agencias de información); e incluye al conjunto de los otros medios especializados en contenidos y en públicos específicos. Sin el concierto de la totalidad de la comunicación de masas como institución socialmente articulada no es posible la reproducción que los medios tipo 1 llevan a cabo. Estos parecen garantizar un control social estructurado y dirigido a la masa al tiempo que posibilitan el cambio social, entendiendo éste como propio de una sociedad que puede ser calificada en un grado importante como dinámica y libre.

10. La forma estructural de nuestra sociedad compleja muestra formas de vinculación (el sistema político y el sistema cultural) que mantienen la integración del conjunto de sus miembros desarrollando actividades diversas -posibilitadas y restringidas- desde los cuatro marcos estructurales (proceso de trabajo, estructura poblacional y estructura de clases, sistema político y sistema cultural). Los medios tipo 1, en la medida que están potencialmente al alcance de la mayoría de los miembros de esta sociedad y en la medida en que difunden mensajes de contenido lo más variado posible, desempeñan una tarea integradora relevante tanto para el sistema político como para el sistema cultural y, respecto de cualquier individuo, ponen a su alcance el sistema de mercado característico y, con todo ello, garantizan la efectividad del conjunto de los cuatro marcos estructurales, respecto al individuo concreto, al tiempo que aseguran la reproducción de las condiciones (culturales, informativas y políticas) de la masa que compone el sistema social de capitalismo desarrollado.

11. Finalmente, los medios tipo 1 parecen desempeñar una tarea vital para el funcionamiento de las democracias liberales y de ésta hemos dado cuenta

BIBLIOGRAFIA CITADA.

Aldorno y Horkheimer, "La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas". En J. Curran y otros, Sociedad y comunicación de masas, FCE, México 1981, págs.

Aguilar, S. Estructura social i acció col·lectiva: la lògica de l'acció sindical, tesis doctoral, Universidad de Barcelona, Barcelona 1994.

Alabart, A. García, S. y Giner, S. (comps.) Clase, poder y ciudadanía. Siglo XXI, Madrid 1994

Allen, J. "Fordism and modern industry", en Political and Economic Forms of Modernity, Edited by J. Allen, P. Braham y P. Lewis. Polity Press & Open University, London 1992.

Aristóteles, Política, Prólogo y trad. de C. García Gual y A. Pérez Jiménez, Alianza, Madrid 1986.

Aronson, E. El animal social, Alianza, Madrid 1981,

Barrat, D. Media sociology, Routledge, London 1994.

Barthes, R. Elementos de semiología, Alberto Corazón, Madrid, 1971

Berelson, B. "Communications and Public Opinion" en W. Schramm, Mass communication, Illini Books, Urbana 1960, págs. 527-543.

- Bernstein J. M. (ed.), The culture industry: selected essays on mass culture, Routledge, Londres 1991.
- Blau, P. "Objectives of Sociology". En R. Bierstedt (ed.), A Design for Sociology: Scope, Objectives and Method. American Academy of Political and Social Science. Philadelphia 1969.
- Blumler, J. G. Televisión e interés público, Bosch Comunicación, Barcelona 1993.
- Bogart, L. "The Growth of television", en W. Schramm (ed.) Mass Communication, Illini Press, Urbana 1960, págs. 95-112.
- Boudon, R. La lógica de lo social, Rialp, Madrid 1981.
- Bourdieu, P. "La opinión pública no existe", Voces y Culturas. Revista de Comunicación, Nº 10, Barcelona 1996, págs. 137-148.
- Bourricaud, J. "Sobre la noción de comunicación sociopolítica", en J-L. Labarrière y otros, Teoría política y comunicación, Gedisa, Barcelona 1992.
- Boyd-Barret, O. y Braham, P. Media, Knowledge and Power, Rotledge, Londres 1990.
- Bregman, D. "La función de agenda: una problemática en transformación", en J-M. Ferry y otros, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona 1992.

Bretones, M. T. "Sistema social", Gran Enciclopedia Ilustrada Larousse, Planeta, Barcelona 1993.

Buchanan, D. A y A.A. Huczynsky, Organizational Behaviour, Prentice Hall, London 1985.

Bustos, E. "Acción humana y lingüística: la producción del sentido", en M. Cruz (coord.), Acción humana, Ariel, Barcelona 1997, cap. 9.

Camps, V. "Comunicación, Democracia y Conflicto", en K. O. Apel , A. Cortina y D. Michelini, Eds. Etica comunicativa y democracia. Crítica, Barcelona 1991.

Camps, V. El malestar de la vida pública. Grijalbo, Barcelona 1996.

Cantril, H. "La invasión desde Marte", en M. de Moragas (ed.), Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, Barcelona 1986, Vol. 99, págs. 91-110.

Castells, M. La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional. Alianza Editorial, Madrid 1995.

Cohen, G. A La teoría de la historia de Karl Marx. Una defensa. Siglo XXI. Madrid 1987.

Coser and Rosenberg. Sociological Theory. Macmilland, New York 1964.

- Craib, J. Classical Social Theory: an Introduction to the Thought of Marx, Weber, Durkheim, and Simmel. Oxford University Press. Oxford 1997.
- Crouch, C. (comp.) Estado y economía en el capitalismo contemporáneo. Ministerio de Trabajo, Madrid 1987.
- Curran, J. "El decenio de las revisiones. La investigación en la comunicación de masas en la década de los 80", en D. Dayan (comp.) En busca del público, Gedisa, Barcelona 1997, págs. 49-82.
- Curran, J. et al., "The study of the media: Theoretical approaches", en O. Boyd-Barret and P. Braham (eds.), Media, Knowledge and Power, Routledge, Londres 1990
- Curran, J.. "Capitalismo y control de la prensa" en J. Curran, M.Gurevith y J. Woollacot. Sociedad y comunicación de masas. J.C.E. México 1981.
- Champagne, P. Faire l'opinion, Le nouveau jeu politique, Minuit, París 1990
- Champagne, P. "Los sondeos, el voto y la democracia", en Voces y Culturas. Revista de comunicación, nº 10, Barcelona 1996.
- Chomsky, N y E. S. Herman, Los guardianes de la libertad, Crítica, Barcelona 1990.

Chomsky, N. Crónicas de la discrepancia. Visor, Madrid 1993.

Chomsky, N. Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas, Libertarias/Prodhuji, Madrid 1992.

Dader, J. L. "La evolución de las investigaciones sobre la influencia de los medios y su primera etapa: Teorías del impacto directo", publicado en Muñoz Alonso y otros, Comunicación política y opinión pública, Eudema, Madrid 1992, págs. 221-241.

Dader, J. L. "Teorías de la Transición" en A. Muñoz Alonso y otros, Comunicación política y opinión pública, Eudema, Madrid 1992, págs. 256-281.

Dahl, R. Democracy, Liberty, and Equality. Norwegian University Press, Oslo 1986.

Dahl, R. Dilemmas of Pluralist Democracy, Yale University Press, New Haven 1982.

Dahl, R. La poliarquía: participación y oposición. Tecnos, Madrid 1989 (edición original de 1971).

Dahl, R. y Lindblom, Ch. Politics, Economics and Welfare, Transaction, New Brunswick 1992 (ed. original de 1953).

Dahlgren, P. "El espacio público y los medios. ¿Una nueva era?", en J. Veyrat y D. Dayan (comp.) Espacios públicos en imágenes, Gedisa, Barcelona 1997, págs 245 y ss.

Dahrendorf, R. El conflicto social moderno, Mondadori, Madrid 1990.

Davison, W. P. "The future of public opinion in liberal democratic societies", en S. Rothman (ed.), The Mass Media in Liberal Democratic Societies. Paragon House, Nueva York 1992.

Dayan, D. En busca del público, Gedisa, Barcelona 1997

De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J., Teoría de la comunicación de masas. Paidós, Barcelona 1993.

De Francisco, A. Sociología y cambio social, Ariel, Barcelona 1997.

Deladalle, G. Leer a Peirce hoy, Gedisa, Barcelona 1996.

Desse, J. "Communication Research: A History", publicado en Ch. Berger y St. Chaffee (eds.), Handbook Of Communication Science, Sage, Londres 1987.

Doob, L. W. "Goebbels y sus principios propagandísticos", en M. de Moragas, Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, Barcelona 1986, Vol 999, págs. 122-153.

Durandin, G. La información, la desinformación y la realidad, Paidós, Barcelona 1995.

Durkheim, E. "Una definición de la sociedad" (1917). En Las reglas del método sociológico y otros escritos sobre filosofía de las ciencias sociales. Alianza Editorial, Madrid 1988.

Eco, U. Tratado de semiótica general, Lumen, Barcelona, 1977.

Ellis, R. y McClintock, A. Teoría y práctica de la comunicación humana, Paidós, Barcelona 1993.

Enzensberger, M. H. Elementos para una teoría de los medios de comunicación, Anagrama, Barcelona 1981.

Escarpit, R. Teoría general de la información y la comunicación, Scaria, Barcelona 1977.

Farrés, J. Televisión y educación, Paidós, Barcelona 1994.

Festinger, L. Teoría de la disonancia cognitiva, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid 1957.

Flatherstone, M. (ed.), Global culture, Sage, Londres 1990.

Gans, H. Popular culture and high culture: an Analysis and Evaluation of Taste, Basis Books, Nueva York 1974.

Geertz, C. La interpretación de las culturas, Gedisa, México 1987.

Gerth, H. H. y Wright Mills, C. (eds.). Marx Weber: ensayos de sociología contemporánea, Ed. Martínez Roca, Barcelona 1972.

- Gil Calvo, E. "Modernización y cambio sociopolítico", capítulo 11 de J. Benedicto y M.L. Morán (eds.), Sociedad y política: temas de sociología política, Alianza Ed., Madrid 1995.
- Giner, S. Ensayos civiles, Península, Barcelona, 1987.
- Giner, S. Carta sobre la democracia, Ariel, Barcelona 1996.
- Giner, S. Sociedad masa. Crítica del pensamiento conservador. Ed. Península, Barcelona 1979.
- Giordano, E y Zeller, C. Economías y políticas de comunicación en España. De la crisis a la transnacionalización, del Fondo de la Fundació J. Bofill, Barcelona 1991.
- Giordano, E y Zeller, C. Europa en el juego de la comunicación global. Fundesco. Madrid 1988.
- Giordano, E y Zeller, C. Polítiques de televisió a Espanya. Model televisiu i mercat audiovisual, publicación de la Fundació J. Bofill, Barcelona 1996.
- Grawitz, M. Métodos y técnicas de las ciencias sociales, Hispano Europea, México 1984, Tomo 99
- Gurevicht, M. y Blumler, J. G. "Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política: modelo para el análisis de sistemas de comunicación." En J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot (ed.). Sociedad y comunicación de masas. JCE México 1981. Págs. 307-329.

Gurevitch, M. y Blumler, J. G. "Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política: modelo para el análisis de sistemas de comunicación." En J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot (ed.). Sociedad y comunicación de masas. JCE. México 1981.

Gurevitch, M., Levy, M. R. y Roeh, J. "The global newsroom: convergences and diversities in the globalization of television news", en P. Dahlgren y E. Sparks, Communication and Citizenship, Routledge, Londres 1991, págs 195-216.

Habermas, J. Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Gustavo Gili, Barcelona 1981

Hall, S. "Desviancy, Politics and the Media" en M. McIntosh y P. Rock. Desviancy and social control. Tavistock, Londres 1973.

Hall, S. "La cultura, los medios y el <efecto ideológico>", en J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot, Sociedad y comunicación de masas, JCE, México 1981.

Hall, S., Held, D. y McGrew, T. Modernity and Its Futures, Polity Press, Cambridge 1992.

Hanbrich, D. "La propaganda política en la Alemania nazi", Voces y Culturas, 9, Barcelona 1996, págs. 91-130.

- Harris, M. Introducción a la antropología general, A.E, Madrid 1984, cap. XVJ.
- Held, D. Modelos de democracia, Alianza Ed., Madrid 1992.
- Homans, G. E. "Contemporary Theory in Sociology", en R. E. Faris (ed.), Handbook of Modern Sociology, Rand McNally & Company, Chicago 1968, especialmente págs. 963 y ss.
- Homans, G. E. "Contemporary Theory in Sociology", capítulo 25 de Robert Faris (ed.), Handbook of Modern Sociology. Rand McNally, Chicago 1964.
- Hovland, C. J. et alii, Communication and Persuasion: psychological studies of opinion change, Yale University Press, New Haven 1953.
- Janowitz, M. "Comunicación de masas" en la Enciclopedia Internacional de las ciencias sociales, Aguilar, Madrid 1979, Vol. 2, pág. 573 y ss.
- Jay, M. La imaginación dialéctica, Taurus, Madrid 1989.
- Jensen, K. B. The social semiotics of mass communication, Sage, London 1995.
- Jensen, K. B. y Rosengren, K. E. "Cinco tradiciones en busca del público", en D. Dayan (comp.) En busca del público, Gedisa, Barcelona 1997, págs. 329-334.

- Kalberg, S. Max Weber's Comparative-Historical Sociology. Polity Press. Cambridge 1994.
- Katz, Blumler y Gurevitch, "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en M. de Moragas (ed.), op. cit., Vol.2.
- Katz, E. "The two-step flow of communication", en W. Schramm (ed.), Mass communication, Illini Books, Urbana 1960, págs. 346-366.
- Katz, E. y P. Lazarsfeld, La influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas, Hispano-europea, Barcelona 1979. (Edición original de 1955).
- Keane, J. Democracia y sociedad civil, Alianza Editorial, Madrid 1992.
- Kennedy, P. Hacia el siglo XXI, Plaza & Janés, Barcelona 1993 cap. III, V y Conclusiones.
- King, A. D. (ed.) Culture, globalization and the world-system, Macmillan, Londres 1990.
- Klapper, J. T. Los efectos de la comunicación de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión, Aguilar, Madrid 1994.
- Kornhauser, W. The Politics of Mass Society, The Free Press, New York 1965.
- Lasswell, H. "Estructura y función de la comunicación en sociedad", en M. de Moragas (ed). Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, Barcelona 1986, Vol. III, págs. 50-68.

- Lazarsfeld y Merton, "Estudios sobre la propaganda por radio y cinematógrafo", en R. Merton, Teoría y estructura sociales, FCE, México 1984.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", en M. de Moragas, Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, Barcelona 1986, Vol 99, págs. 22-49.
- Lazarsfeld, P., Berelson, P. y Gaudet, H. El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral, Paidós, Buenos Aires 1962.
- Lazarsfeld/Staton, Communications researchs: 1948-9, Harper & Row. Nueva York 1949, que incluye: Wolfeljske, "Why children read comics" y Berelson/Salter, "What "missing the newspaper" means".
- Lazarsfeld/Staton, Radio Research 1941, Duell, Sloan & Pearce, Nueva York 1942, que incluye: Herzog, "Professor Quiz: A gratification study" y Suchman, "An invitation to music".
- Lazarsfeld/Staton, Radio research 1942-3, Duell, Sloan & Pearce, Nueva York 1944.
- Lipset, S. M. "Social structure and social change", capítulo 11 de Peter Blau (ed.), Approaches to the Study of Social Structure, Free Press. Nueva York 1975.
- Lipsky, M. "Protest as a political resource", en American Political Sciencie Review, diciembre de 1968, pág. 1144-1158.
- Lukes, S. El poder. Un enfoque radical, Siglo XXI, Madrid 1985.

- Luque, T. Marketing político. Ariel Economía. Barcelona 1996.
- Martín Serrano, La producción social de la comunicación. A.U., Madrid 1986.
- Martín Serrano, M. La comunicación, problema social, Fundesco-ACHNA, Madrid 1980.
- Martín Serrano, M. La mediación social, AKAL, Madrid 1980.
- Mattelard, A. Los medios en tiempos de crisis. Ed. Siglo XXI, México 1979.
- McClung Lee, A. y E. Bryant Lee, "The devices of propaganda", en W. Schramm, Mass communication, Illini Books, Urbana 1960.
- McLeod, J. M., Kosicki, M. y McLeod, D. M. "Expansión de los efectos de la comunicación política", en J. Bryant y D. Zillman (comp.), Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Paidós, Barcelona 1996, págs. 169-222.
- McQuail, D. "Influencia y efectos de los medios masivos", en J. Curran y otros, Sociedad y comunicación de masas, JCE, México 1981.
- McQuail, D. Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Paidós, Barcelona, 1985.
- Miliband, R. "C. Wright Mills", en G. W. Domhoff y H.B. Ballard C. Wright Mills and the Power Elite, Beacon Press, Boston 1968.

- Miliband, R. El Estado en la sociedad capitalista. S. XXJ. Madrid 1980.
- Mintzberg, H. La estructuración de las organizaciones. Ariel, Barcelona 1988.
- Moles, A. Sociodinámica de la cultura, Paidós, Buenos Aires 1978.
- Moles, A. Théorie structurale de la communication et la société, Masson, Paris 1986.
- Moore, B. Injustice. Sharpe, White Plains, Nueva York 1978.
- Morin, E. El espíritu del tiempo, Taurus, Madrid 1976.
- Mosterín, M. Filosofía de la cultura, Alianza, Madrid 1993.
- Muñoz Alonso, A. y otros, Opinión pública y comunicación política, Eudema, Madrid 1992.
- Murdock, G. y Golding, P. "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase", en J. Curran y otros, Sociedad y comunicación de masas, JCE, México 1981, págs. 22 y ss.
- Nadel, S. J. Teoría de la estructura social, Guadarrama, Madrid 1966. Traducción de Manuel Sacristán.
- Negrine, R. Politics and the mass media in Britain, Routledge, London 1991.

Neubauer, D. E. "La interpretación behaviorista. "Algunas condiciones para la democracia". En Teresa Carnero Abat (ed.). Modernización, desarrollo político y cambio social. Alianza, Madrid 1992.

Nisbet, R. A. El vínculo social. Vicens Vives. Barcelona 1975.

Noelle-Neumann, E. La espiral de silencio: Opinión pública, nuestra piel social, Paidós, Barcelona 1994.

Noelle-Neumann, E. "The contribution of Spiral of silence Theory to an Understanding Of Mass Media", en S. Rothman (ed.), The mass media, Paragon House, New York 1992, cap. 3.

Offe, C. Las contradicciones en el Estado del Bienestar, Alianza EditoriaL, Madrid 1990.

Offe, C. Partidos políticos y nuevos movimientos sociales. Sistema. Madrid 1988.

Olson, M. Auge y decadencia de las naciones, Ariel, Barcelona 1986.

Parkin, J.. Orden político y desigualdades de clase. Debate, Madrid, 1978.

Parsons, T. El sistema social. Alianza, Madrid 1984.

Pearson, J. C. et alii. Género y comunicación . Paidós. Barcelona 1993.

- Phelan, J. M. "Selling consent: the public sphere as a televisual market-place", en Dahlgren, P. y Sparks, C. Communication and citizenship, Routledge, Londres 1991.
- Pizzorno, A. (ed.) Political Sociology, Penguin, Harmondsworth 1971.
- Platón La República, Introd. M. Fernández Galiano. Alianza, Madrid 1987.
- Polanyi, K. La gran transformación, La Piqueta, Madrid 1989.
- Porpora, D. V. The Concept of Social Structure. Greenwood Press. Nueva York 1987.
- Price, V. La opinión pública. Esfera pública y comunicación, Paidós, Barcelona 1994.
- Pye, L. W. (ed.), Communications and Political Development. Princeton, New Jersey 1967.
- Qualter, T. H. Publicidad y democracia en la sociedad de masas. Paidós, Barcelona 1994.
- Raboy, M. y Dagenais, B. Media Crisis and Democracy: Mass Communication and The Disruption Of Social Order, Sage, Londres 1992.
- Rice, R. E. y Atkin, Ch. "Principios de las campañas de comunicación pública de éxito" en J. Bryant y D. Zillman (comp.), Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Paidós, Barcelona 1996, págs. 477-515.

Rosengren, K.E. "Linking Culture and other Societal Systems", capítulo 6 de Sandra Ball-Rokeach y Muriel G. Cantor (eds.), Media, Audience and Social Structure, Sage, Londres 1986.

Ross, E. A. *Social Control*, pp. 49-50 and 411-412, reimpresas en Coser and Rosenberg, Sociological Theory, Macmilland. New York 1964.

Schervish, P. The Structural Determinants of Unemployment: Vulnerability and Power in Market Relations, Academic Press, Nueva York 1983.

Schlinger, P. "Rethinking the sociology of journalism: source strategies and limits of media-centrism." en M. Ferguson, Public communication. The new imperatives, Sage, Londres 1993, págs. 61-83.

Sfez, L. (ed), Dictionnaire critique de la communication, PUF, París 1993, vol. 99, "Evolution des médias", págs 962-8. "Cinéma (la distribution)", págs. 1230 y ss. "Industries culturelles" págs. 976-984. "Médias et Opinion", volumen 99, págs. 1002-4, especificación y uso del término "propaganda"

Slater, P. Origins and significance of the Frankfurt school, Routledge, Londres 1977, especialmente, "Manipulation: the transition from psychology to <culture industry>", págs. 117 y ss.

- Smelser, N. J. "Hacia una teoría de la modernización", en A. Etzioni y E. Etzioni (ed.), Los cambios sociales, JCE, México 1992, págs. 235-249.
- Soares de Souza, L. "Las figuras de la violencia en la telenovela", en Voces y culturas, nº 6, Barcelona 1994.
- Sperber, D. y Wilson R. La relevancia, Visor, Madrid, 1994.
- Sztompka, P. Sociología del cambio social. Alianza Editorial, Madrid 1995.
- Taylor, P. War and The Media: Propaganda and Persuasion in The Gulf War, Manchester University Press, Manchester 1992.
- Thompson, J. B. Ideology and modern culture, Stanford University Press, California 1990.
- Tilly, Ch. From Mobilization to Revolution. Random House, Nueva York 1978.
- Tuchman, G. La producción de la noticia, Gustavo Gili, Barcelona 1983.
- Van Dijk, T. A. La noticia como discurso, Paidós, Barcelona 1990.
- Van Dijk, T. "Opiniones e ideologías en la prensa", Voces y Culturas. Revista de Comunicación. Barcelona 1996, Nº 10.
- Vázquez Montalbán, M. y otros, Las mentiras de una guerra, Deriva, Barcelona 1991

Weber, M. La acción social: ensayos metodológicos, Península, Barcelona 1984, "La naturaleza de la acción social". Anotaciones y traducción de S. Giner.

White, L. "The Growth of american radio" y " Ragtime to Riches", en W. Schramm (ed.) Mass communications, Illini Books, Urbana 1960, págs. 39-69.

Whorf, B. L. Lenguaje, pensamiento y realidad. Barral, Barcelona, 1971

Williams, R. Historia de la comunicación, Vol. 1 "Del lenguaje a la escritura" y Vol. 2 "De la imprenta a nuestros días". Bosch, Barcelona 1992.

Williams, R. "Human communication and its History", en Boyd-Barret and P. Braham, en O. Boyd-Barret and P. Braham (ed), Media, Knowledge and power, Routledge, London 1990, págs. 32-50.

Williams, R. Los medios de comunicación social. Ediciones Península, Barcelona 1974.

Wolf, M. Los efectos sociales de los media, Paidós, Barcelona 1994, págs. 51-58.

Wolf, M. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas, en Paidós, Barcelona, 1991.

Wolton, D. Elogio del gran público, Gedisa, Barcelona 1992.

Wolton, D. "La comunicación política: construcción de un modelo", en J.-M. Ferry y otros, El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona 1992.

Wright Mills, C. The Power Elite. Oxford, University Press, London, 1956.

Wright, Ch. R. "Inventario funcionalista parcial para la comunicación de masas" en M. de Moragas, op. cit, Barcelona 1986, vol 2, págs. 78-9.

Wrong, D. "The Oversocialized Conception of Man in Modern Sociology", texto reimpresso en Coser and Rosenberg, Sociological Theory, Macmilland. New York 1964.