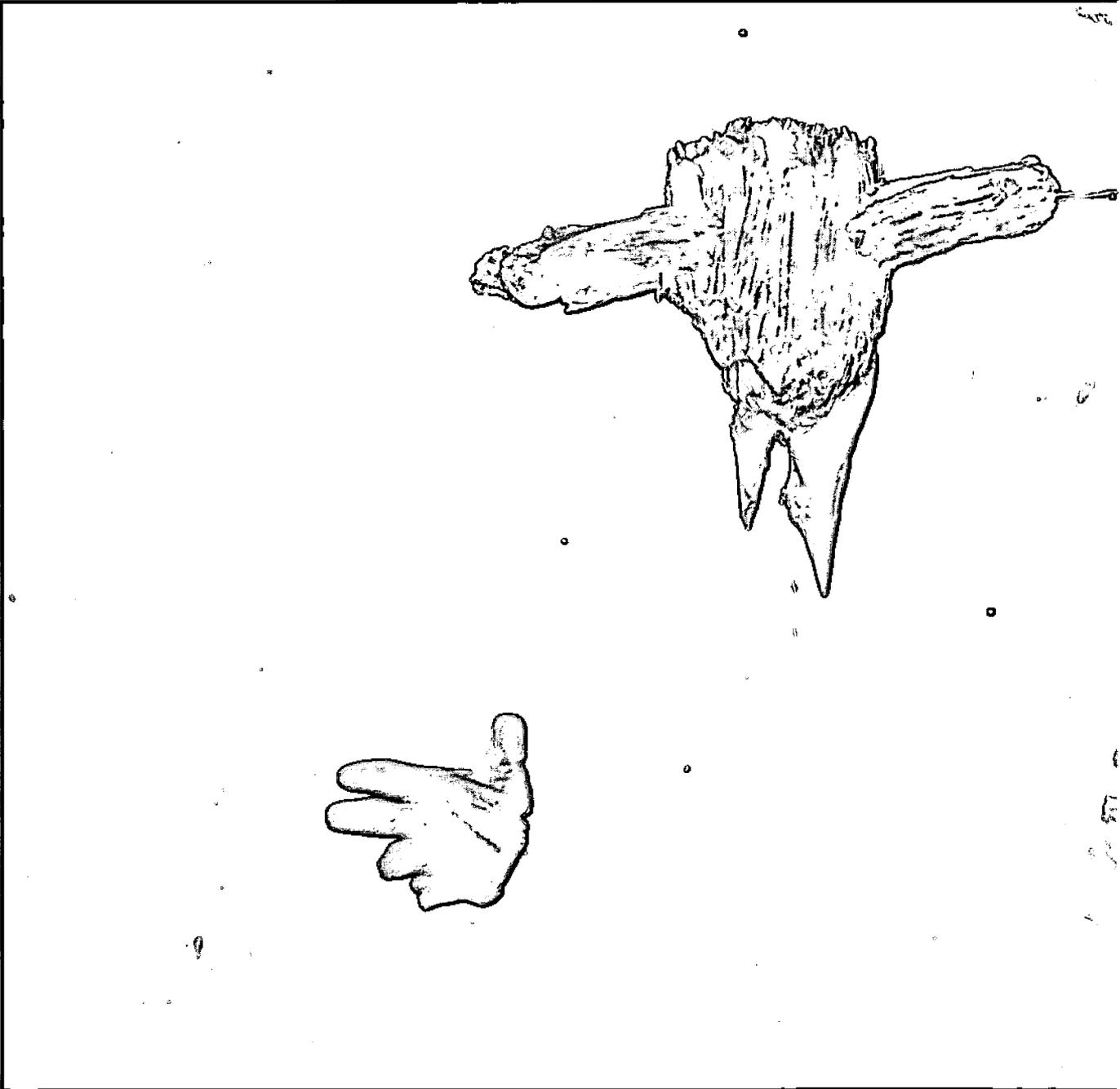
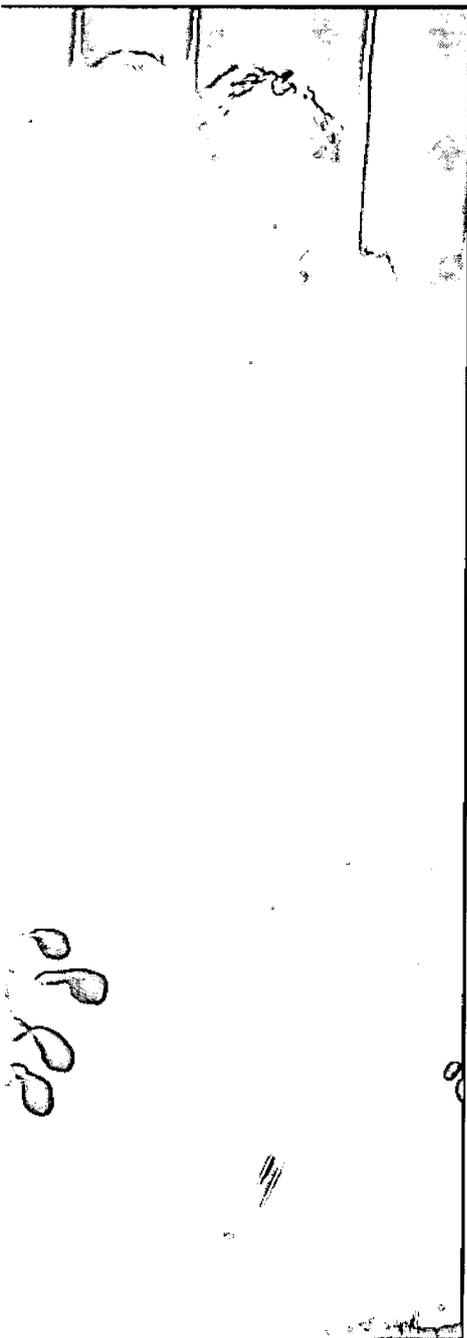


Medios y



Galería de Papel. Starsky Brines. (2004)

constitución de lo público



Para Jürgen Habermas la expansión capitalista ha provocado que las actividades privadas desborden las fronteras de lo doméstico para pasar a convertirse en un asunto de interés público. Los individuos modernos están más preocupados por la vigilancia de sus propios negocios, por lo cual delegan el poder a la representación política. Este panorama genera una nueva esfera pública donde los intereses privados intervienen. El propio Habermas advierte que en esta construcción, la prensa juega un papel fundamental brindando "un nuevo forum para dirigir el debate público". Andrés Cañizález parte de estas reflexiones para llevar a cabo una mirada al escenario público y massmediático latinoamericano y venezolano

□ Andrés Cañizález

El presente texto tiene por finalidad aproximarnos a la noción de esfera pública, cuyo desarrollo moderno Jürgen Habermas lo asocia al rol de los medios de prensa, a partir de una revisión histórica de tres sociedades de Europa occidental: Alemania, Inglaterra y Francia. Por las características propias de una presentación como ésta, no se trata de un abordaje exhaustivo, lo cual —lógicamente— deja abierta la opción de desarrollos posteriores.

La revisión de algunos aspectos planteados por Habermas en su "Historia y crítica de la opinión pública"¹, a nuestro modo de ver, constituyen una plataforma apropiada desde la cual se puede abordar el tema.

Tras una primera parte, en la cual se abordará esta noción de esfera pública desarrollada por Habermas, en una segunda parte del trabajo se presentará un desarrollo a partir de lecturas, que desde el contexto latinoamericano y venezolano, intentará aproximarnos a "lo público", en un cruce de referencias en torno al papel creciente (y a veces totalizador) de los medios masivos de comunicación en la acción política actual, y la relación de esto con las organizaciones de la sociedad civil, siendo éste último un tema de particular interés para el autor. En torno a toda la temática que atraviesa este trabajo, compartimos la preocupación de que "la democracia se ve privada de voz si los medios, en lugar de pertenecer al mundo de la prensa, por lo tanto al espacio público, salen de él para convertirse ante todo en empresas

económicas cuya política está gobernada por el dinero o por la defensa de los intereses del Estado” (Touraine, 2001: 220)..

DE LA ESFERA PÚBLICA Y HABERMAS

La discusión en torno a la participación de los privados en los asuntos que históricamente estaban reservados al Estado, y por tanto concernían al poder político, se observa a partir de la expansión de la actividad comercial, cuyo impacto económico termina tejiendo un nuevo marco de relaciones sociales, políticas y culturales. Los ciudadanos dedicados al ámbito de sus negocios, intuyen que la importancia que cobra dicha actividad, termina siendo un asunto en el cual el poder político intenta reglamentar, regular. Siguiendo a Constant, la actividad comercial “inspira a los seres humanos un gusto muy vívido por el valor de su independencia personal” (Durn, 1992: 50), por lo que enfatizó un sentido de no intervención estatal, de no injerencia, al menos mientras no se produjo la expansión capitalista a gran escala.

Desde un punto de vista político, y tomando un punto de vista del abate Sieyès, “la adopción del sistema político representativo está en el centro de la sociedad comercial como símbolo de una novedosa visión que emana de la realidad de la moderna sociedad política” (Noria, 1999: 163).

Es, entonces, en el marco del desarrollo moderno de las sociedades europeas que en una acción que persigue la defensa de los intereses privados, se termina incidiendo en lo público, pero sin ejercer el poder político. “El centro de su atención no se concentra en tratar de cambiar el dominio (político) como tal, sino de concertar con él las reglas generales del tráfico mercantil y del trabajo social” (Cunill, 1997: 29). Esto se produce porque dichas actividades, nacidas en un ámbito privado y familiar, superan debido a sus propias dinámicas de expansión, esos límites de la economía doméstica, familiar.

Para Habermas, “en la medida en que el tráfico mercantil rebasa las fronteras de la economía doméstica queda delimitada la esfera familiar —la esfera íntima— respecto de la esfera de reproducción social” (Habermas, 1981: 66). Todo esto conduce no sólo a que se produzca una polarización a lo interno de la propia esfera privada, en proceso de transformación, sino que “la dimensión pública de esa esfera privada se configura alrededor de aquellas ‘personas privadas’ para las cuales la influencia sobre el Estado es clave a los

66

Estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa

99

efectos de su propia reproducción” (Cunill, 1997:30). En esa línea, “Habermas sostiene que el desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI, junto con las cambiantes formas institucionales del poder político, crearon las condiciones para que, a principios de la Europa moderna, surgiera una nueva forma de esfera pública” (Thompson, 1998: 100).

A esto apunta básicamente Habermas, puesto que estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa. Para Habermas se trata de una esfera pública burguesa. Esta nueva realidad es fruto de una línea de separación, que resulta fundamental en dicho contexto, que “entre Estado y sociedad escinde a la esfera pública del ámbito privado” (Habermas, 1981: 68). Las líneas de “Historia y crítica de la opinión pública” claramente señalan que al hablar de ámbito público se está hablando de “poder público”, en tanto la ubicación de la nueva esfera pública burguesa sigue ubicándose “en el ámbito privado, puesto que se trata de una esfera de personas privadas”, que si bien participan en la vida social pública, no lo hacen desde una función de poder público, y justamente encuentra un canal en la opinión pública. “La esfera pública media a través de la opinión pública, entre el Estado y las necesidades de la sociedad” (Habermas, 1981: 68).

En este contexto, tendrá un rol importante por una parte el surgimiento y conso-

lidación de una prensa, que podríamos catalogar de voz crítica en algunos contextos como el inglés, y a la par está el establecimiento de partidos políticos, entre cuyos papeles está la formación de una opinión pública. La conjugación de estos elementos “resultan fundamentales en este proceso que Habermas designa como la constitución de una esfera en la que personas privadas se reúnen en calidad de público” (Cunill, 1997: 30). Para el autor alemán, “la esfera pública burguesa puede captarse ante todo como la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público (...) oponiéndola al poder público mismo” (Habermas, 1981: 65); es este, a fin de cuentas, un nuevo espacio, que a la luz de la realidad social y económica resultaba absolutamente necesario “para concertar las reglas del tráfico en la esfera —básicamente privada, pero públicamente relevante— del tráfico mercantil y del trabajo social” (Habermas, 1981: 65-66).

“En relación al surgimiento de la esfera pública burguesa, Habermas concede una especial importancia a la aparición de la prensa periódica. Los semanarios críticos y morales que aparecen en Europa a finales del siglo XVII y durante el XVIII brindaron un nuevo *forum* para dirigir el debate público” (Thompson, 1998: 101). Para el autor alemán, la conformación de este espacio de debate, dirigido por una élite educada y económicamente fuerte, “tuvo a la larga un impacto transformador en la forma institucional de los Estados modernos” (Thompson, 1998: 102). Se trató de un momento significativo para la vida social de aquel entonces, debido a que “los periódicos pasaron de ser meros lugares de publicación de noticias, a ser también portadores y guías de la opinión pública, medios de la lucha partidista” (Habermas, 1981: 210).

Por otro lado, en esa contraposición a la que hemos hecho referencia que Habermas plantea claramente, entre sociedad y Estado, el ámbito privado guarda distancia, se distingue claramente del poder público. Sin embargo, la dinámica social y económica de esa expansión capitalista, ha hecho que estas actividades originalmente privadas desborden las fronteras de lo exclusivamente doméstico, de una esfera íntima, con lo que pasan a convertirse en un asunto de interés público. Habermas asegura que “la zona de continuado contacto administrativo se convierte zona ‘crítica’ también en el sentido de que reclama la crítica de un público racionante” (Habermas, 1981: 62). Esto facilita la consolidación, en aquel contexto, de un

instrumento mediador para intervenir en la vida social: la prensa. Instrumento, que en esa consolidación de la opinión pública, requiere de ciudadanos racionales - en la concepción de Habermas-, lo cual parece encontrar puntos de conexión con la preocupación de Sieyès -al referirse a la opinión pública-, pues el abate critica el atraso cultural del pueblo como un elemento a superar (Noria, 1999: 186).

La imprenta, los medios impresos, jugarán un rol importante en la conformación de la sociedad moderna, que debido a la conformación de grandes estados, requiere de canales en los cuales se pueda debatir los asuntos que conciernen al colectivo y que en la antigüedad podían realizarse en la plaza pública. En ese contexto, “la imprenta, como se sabe, se convierte en un instrumento de expansión de la opinión pública” (Noria, 1999: 191), y ésta última, la opinión pública, podría ser definida como “la discusión deliberada de aquello que puede ser universalizable por la discusión compartida de todo el mundo” (Noria, 1999: 191). Evidentemente se trata de ciudadanos con la suficiente preparación para intervenir en el debate público.

Para Habermas, resulta indisoluble la relación entre tráfico mercantil, su expansión en Europa, y el surgimiento y fortalecimiento de la prensa. Conjugación de elementos que hizo posible la aparición de una esfera pública burguesa. No se trata exclusivamente de que unido al traslado de mercancías, se transporten también noticias, un hecho característico del “capitalismo temprano” (Habermas, 1981: 53). El nuevo espacio, en todo sentido de expansión, traerá nuevas articulaciones que le otorgan el carácter liberal con el que se entendió, por ejemplo en Inglaterra, históricamente a la prensa. “El tráfico de noticias se desarrolla no sólo en relación con las necesidades del tráfico mercantil: las noticias mismas se han convertido en mercancías. La información periodística profesional obedece, por tanto, a las mismas leyes del mercado, a cuyo surgimiento debe ella su propia existencia” (Habermas, 1981: 59).

La prensa, producto de la sociedad mercantil, encuentra en el desarrollo político de las naciones modernas de Europa su fortalecimiento como instrumento político, en la conformación de la opinión pública. Las autoridades encontraron también un canal y “en la medida en que ese instrumento les servía para dar a conocer órdenes y disposiciones, se convirtieron los destinatarios propiamente por primera vez en público” (Habermas, 1981: 59).

“

Para Habermas, resulta indisoluble la relación entre tráfico mercantil, su expansión en Europa, y el surgimiento y fortalecimiento de la prensa. Conjugación de elementos que hizo posible la aparición de una esfera pública burguesa.

”

En ese contexto puede hablarse de una toma de conciencia por parte de ciudadanos dedicados a la actividad mercantil, se asumen “*publicum* –el abstracto oponente del poder público-, su autocomprensión como un competidor en el juego, como público de la naciente esfera pública burguesa” (Habermas, 1981: 61). Y es a partir de entonces cuando puede hablarse de esfera pública: “en la medida en que el interés de la esfera privada de la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad, y comienza a ser tomado como algo propio por los mismos súbditos” (Habermas, 1981: 61).

De forma paralela, las transformaciones económicas generadas por la expansión capitalista, que conllevaron los cambios reseñados, también tuvieron eco importante en la forma en cómo se producía la propia prensa. “El incremento y perfeccionamiento experimentados por el aparato técnico-organizativo exigía una ampliación del capital base, una elevación del riesgo e, ineluctablemente, la subordinación de la política empresarial al punto de vista de los beneficios” (Habermas, 1981: 212). Esta transformación que vivió la prensa para convertirse en compañías con intereses comerciales a gran escala, es un proceso característico de inicios del siglo XIX. Si bien no era un asunto nuevo la comercialización de los productos impresos, en muchos casos privada la razón política sobre los fines mercantiles. “Sin embargo, en el transcurso

del siglo XIX la escala de la comercialización se incrementó significativamente. Esto fue debido, en parte, a una serie de innovaciones tecnológicas en la industria de la impresión y, también, a la transformación gradual de las bases financieras de las industrias mediáticas y sus métodos de valoración económica” (Thompson, 1998: 108).

DE LA MASSMEDIACIÓN DE LO PÚBLICO

En las sociedades latinoamericanas contemporáneas se debate con insistencia el rol de los medios, dada la desarticulación de diversas instancias tradicionales de mediación (como partidos o sindicatos) y el descrédito que pesa sobre muchas de las instituciones públicas. La importancia que adquiere, desde tal perspectiva, la existencia del medio como el lugar en el cual se magnifican algunos aspectos de lo que ocurre al interior de la sociedad, permite que éste defina lógicas sociales dentro de las que se establecen parámetros que rigen lo público y cuyo curso será seguido por quienes saben que a través de ellos pueden posicionarse. “Es más, habría que decir que son los medios el escenario que buscan los políticos y los gobernantes para escenificarse de forma comunicacional bajo los géneros y las reglas impuestas por la comunicación masiva” (Bisbal, 2003: 126).

Son estas reglas las que hacen aparecer la lógica de que si algo es visto en los medios es porque existe, y lo contrario. En este contexto, la presencia de organizaciones de la sociedad civil juega un papel indiscutible, pues en muchos casos ellas podrían tener influencia directa en la reapropiación de espacios vinculados al quehacer del colectivo. Debe resaltarse el papel que muchas de estas agrupaciones de la sociedad civil han jugado y siguen jugando en la recuperación de lo público, que hasta inicios de la década de los 90 en Venezuela, y en otros países de América Latina, parecía identificarse exclusivamente con el Estado o lo estatal. “Hoy concebimos al Estado como lugar de articulación de los gobiernos con las iniciativas empresariales y con las de otros sectores de la sociedad civil” (García Canclini, 2000: 55) y esto ha sido, en parte resultado de las políticas de ajuste que implicaron un reordenamiento de las funciones del Estado, pero también -y no debe menospreciarse- a las presiones que desde distintos sectores sociales organizados se han hecho y se siguen haciendo para lograr influir en las políticas estatales que regulan al conjunto de la sociedad, en aras

de lo que apunta García Canclini de re-pensar al Estado en una concepción de agente de interés público.

Esto pasa necesariamente por la participación, “es la participación política, el ejercicio político de los ciudadanos, en sus más diversas formas lo que funda y configura lo público” (Sánchez-Parga, 1995:14). Se insertan entonces las organizaciones de la sociedad civil como espacios de comunión de intereses, aunque no necesariamente idénticos puntos de vista. Pero el hecho de saber que existen vínculos cambia la perspectiva para pasar a un estadio donde la pertenencia y la defensa de intereses son factores clave. Justamente, nuestra atención se centra en algunas organizaciones de la sociedad civil, que si bien creadas por una iniciativa privada en realidad se constituyen en un canal de participación, para ese grupo de interés, en aras de incidir en la vida social, y por tanto son expresiones políticas. “El riesgo de evacuar lo público de la sociedad civil no es tanto su despolitización, sino una repolitización que clandestinice la política” (Sánchez-Parga, 1995: 20).

Referirse a la sociedad civil como ente ajeno a lo político, a lo público, sería desconocer justamente la naturaleza de agrupación y alianza que persigue un fin dentro del espacio social, y admitida por el concepto al implicar participación e incidencia en diversos ámbitos sociales. “Nuestra sociedad civil está conformada por numerosas organizaciones y redes de organizaciones sociales que pretenden actuar en el ámbito de lo público manteniendo su autonomía respecto a los grandes partidos, a los poderes públicos que ellos controlan y a las organizaciones sociales (tales como asociaciones de vecinos, sindicatos o gremios) que responden a las líneas emanadas de algún CEN” (González Fabre, 1999: 388).

La actuación de algunos activistas del campo de Derechos Humanos en Venezuela va en esta dirección: por un lado, el intento de una reapropiación de la política en una dinámica de acción de la sociedad civil, en el marco de un sistema democrático. De alguna manera “la política ciudadana busca redefinir los problemas; ofrece el trabajo espontáneo de ciudadanos que asumen responsabilidades y se convierten ellos mismos en solución” (Capriles, 2003: 109). En Venezuela, por ejemplo, hace algún tiempo se nota un cambio en la relación de la sociedad con respecto al ejercicio de su ciudadanía. Si bien la posición años atrás se limitaba a realizar ciertas peticiones, hoy día se ob-

66

**Referirse a la sociedad civil
como ente ajeno a lo político,
a lo público, sería desconocer
justamente la naturaleza
de agrupación y alianza
que persigue un fin dentro
del espacio social**

99

serva, precisamente con la conformación de organizaciones activas dentro de la sociedad, una necesidad de búsqueda de soluciones desde el conocimiento de los propios problemas, dejándose un poco de lado la visión mesiánica de que todo llegará sólo desde el Estado. Precisamente el hecho de que las organizaciones de la sociedad civil se abran espacios dentro de la opinión pública a través de los medios de comunicación por sí mismas, da cuenta de ello.

Esto implica convocatoria a la participación desde diferentes flancos y ante distintas situaciones, en un momento en el que diversos sectores de la interacción social han abarcado espacios que antes les eran ajenos. La forma en la que se suscitan ciertos acontecimientos así lo determina. A inicios de la presente década Juan Navarrete, quien fuera coordinador de la Red de Apoyo por la Justicia y la Paz, una de las organizaciones venezolanas con mayor trayectoria en la defensa de derechos civiles y políticos, señaló en un espacio de encuentro de participantes de organizaciones no gubernamentales dedicadas al campo de los Derechos Humanos: “La aparición de una esfera pública no estatal, es una respuesta a la crisis del Estado, la cual puede ser entendida a partir de estas dos restricciones: la económica, que exige la eficiencia de los servicios sociales que el Estado presta o financia; y la política, que requiere decisiones tomadas en el ámbito democrático.” (Navarrete, 2001: 7).

En algunos estudios, (Paris Pombo, 1990: 102) se resalta el poder y la influencia de la construcción discursiva de estas agrupaciones o movimientos, llamados también simbólicos, tanto en las decisiones oficiales como en la constitución de la cultura política nacional. Además, configuradas en momentos de crisis sus acciones pueden responder a particulares necesidades sociales, pues llenan los vacíos que dejan preguntas sin responder por parte de otros sectores ante ciertas circunstancias. Tal vez su compromiso “moral” con la sociedad sea clave en esas situaciones, haciendo que su papel se eleve a los ojos de algunos ámbitos civiles que se sienten identificados con sus proyectos. Un ejemplo citado en este trabajo fue el papel jugado por grupos defensores de los Derechos Humanos (en general agrupaciones con números limitados de activistas e integrantes) para que se visualizaran -se hicieran de conocimiento notorio-, especialmente internacional, las aterradoras experiencias (torturas, desapariciones, ejecuciones) vividas bajo las dictaduras en varios países de Sudamérica en la década de los años 70 y 80 del siglo XX. Este accionar coincide con una visión amplia que no circunscribe territorialmente la noción, “ya que en público se constituye todo espacio, tiempo y prácticas sociales donde lo político y la política están en juego” (Sánchez-Parga, 1995: 21). Lo público, resumidamente, se articula entre el interés común, el espacio ciudadano y la interacción comunicativa (Rey citado en Martín-Barbero, 2001B: 76).

En este marco, “los medios se constituyen (...) en instrumentos válidos que proporcionan modos de comprensión y elementos de análisis a la opinión pública, en relación con determinados asuntos políticos y sociales” (Osorio Meléndez, 2002: 23). No se trata de construir una justificación todopoderosa del accionar de los medios de comunicación, empero no debe obviarse el papel central que juegan en las sociedades contemporáneas y especialmente latinoamericanas. “Los medios no son el único agente de socialización política, pero son los medios quienes llevan más eficaz y más rápidamente la información política a los hogares. Lo que ellos difunden y el modo en el que lo hacen influye en las creencias del público acerca de lo que es y de lo que debería ser la política” (Álvarez, 1995: 87).

Esta tendencia ha llevado a que muchas estrategias políticas, en la actualidad, se hagan desde lo comunicacional, pasando a ser este aspecto central en las

mismas y no un aspecto complementario. Así, observamos cómo elementos que años atrás no tenían mayor relevancia para las figuras públicas, hoy día forman parte integral de sus campañas políticas, como lo es la asesoría de imagen, que se ha convertido en práctica común para todos aquellos que aspiran ofrecer seguridad y credibilidad a través de los mass media a los posibles electores. Con esto, esta dimensión no sólo es un recurso, sino el propio espacio desde donde se efectúa la acción política, la intervención en la esfera pública. De modo que “el diálogo entre individuos y sociedad, sociedad y políticos, políticos y gobierno, se realiza, en buena medida, a través de los medios” (Osorio Meléndez, 2002: 23).

66

Observamos cómo elementos que años atrás no tenían mayor relevancia para las figuras públicas, hoy día forman parte integral de sus campañas políticas, como lo es la asesoría de imagen, que se ha convertido en práctica común para todos aquellos que aspiran ofrecer seguridad y credibilidad a través de los mass media

Autores con un marco de reflexión situado en América Latina, como Martín Barbero (2001A: 75-77), han apuntado que esta dinámica no resulta extraña a la experiencia social de nuestros países dado que estamos en sociedades en las que actores tradicionales como el Estado, Iglesia y partidos políticos ya no pueden vertebrarla, y hay una presencia masiva de la industria massmediática, con lo cual “lo público se halla cada día más identificado con lo escenificado en los medios”. La proyección de lo que sucede vista a través de ellos hace pensar que en muchos casos todo termina donde acaban los límites de lo que presentan. Por tal razón, el resto de un mundo que sigue generando otro tipo de construcciones comunicacionales queda excluido y “la comunicación” parece ser sólo asunto de los medios.

A partir de esta premisa, es en cierto modo comprensible que la sociedad civil sienta realizada una de las fases más importantes de su hacer cuando logra ocupar un espacio dentro de esa inmensidad, que a su vez, es sólo una parte del conjunto de expresiones comunicativas al interior de una sociedad. Pero tal vez por ser ésta la más pública y evidente, se desdibuja un poco el significado del resto de manifestaciones que, si bien no aparecen en la escena de lo mediático, pueden ejercer un peso igual de decisivo en la configuración de lo cotidiano.

Actualmente, “se habla de los medios masivos como lugar del encuentro, del reconocimiento, de la construcción plural de la opinión. Los medios son, para algunos, el lugar de la realización plena de esa comunidad inclusiva que nuestros países niegan, de esa ciudadanía meramente nominal o incompleta derivada de las profundas desigualdades económicas y sociales en que vivimos y que conculca no sólo los derechos ciudadanos sino que im-

pide el cumplimiento de las obligaciones que esa condición conlleva y hasta la misma posibilidad de reconocer y reivindicar aquellos derechos” (Mata, 2002: 67). No cabe duda de que independientemente de los valores que defiendan o de las posiciones que los medios asuman, la posibilidad de hacerse presente en ellos es, al menos, garantía de acceso a un espacio donde convergen diversos sectores cuyo encuentro propicia deliberaciones en torno a temas de interés colectivo.

Ello ocurre más allá del hecho de que, como en el caso venezolano, la polarización política y su suscripción por parte de los mass media haya conllevado a que en medios identificados con el gobierno se refleje en mayor medida la opinión de sectores que siguen esa línea y a que en medios que hacen oposición al mismo, prevalezcan sectores que igualmente están en contra del gobierno. Es de reconocer que incluso cuando los extremos llegan a ese ámbito, la mera existencia de un espacio que en esencia admite la generación de debates es importante en términos de consumación del ejercicio de ciudadanía. “Otro aspecto que acrecienta el rol de los medios por los efectos que consiguen es que, debido a la fascinación y encanto que ellos producen, condicionan automáticamente las verdades sociales, jurídicas, éticas y morales que entregan, convirtiéndolo-

las en verdades mediáticas autónomas. Las verdades sociales, éticas y morales obedecen a un discernimiento racional o al menos constituyen el producto de un ethos inspirado en la verdad como tal. Las verdades mediáticas, en cambio, obedecen a criterios de emotividad en los que adquieren valor de por sí” (Osorio Meléndez, 2002: 24).

La manera en que se presentan y relacionan acontecimientos a través de los medios de comunicación determina en buena medida el privilegio con el que cuentan por encima de otras formas de expresión que se producen fuera de ellos.

Lo que se muestra en ellos debe ser atractivo para la audiencia, no sólo en términos de captar su atención para garantizar *rating*, sino para lograr una identificación plena en relación con los puntos de vista que se transmiten. La especie de lupa que representa la pantalla, el micrófono o la página del diario, además de una estética particular que acentúa la posibilidad de atención sobre ellos, relativiza preceptos establecidos y los coloca en tela de juicio frente a otros que responden a conflictos más actuales y novedosos, pero no por ello menos idóneos. Por tal razón, el control y la responsabilidad de los medios sobre la manera en la que se jerarquiza lo que está o no en sus espacios, define también los principios inherentes a las formas sociales de organización, pues éstas saben que sólo verán reflejadas sus acciones en la medida en que se inserten dentro de la lógica massmediática.

Desde los medios se construye una idea de opinión pública con encuestas y sondeos, “que tienen cada vez menos de debate y crítica ciudadanos y más de simulacro” (Martín Barbero, 2002). Estamos ante una dinámica en la que cotidianamente se nos presentan resultados de estas consultas como la opinión pública legítima y válida, mientras que en este incessante bombardeo de información y toma de posiciones “la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística” (Martín Barbero, 2002). Apelando justamente a estos mecanismos de consulta, en el caso venezolano, cabe recordar que los medios de comunicación, según los sondeos de la firma Datanálisis, vinieron ocupando durante años un lugar privilegiado entre las instituciones de mayor credibilidad para los consultados; esta tendencia parece haberse roto –según estas propias consultas de opinión– durante el 2002 y especialmente con la crisis institucional vivida en abril de ese año

y el papel que jugó el sector comunicacional en la misma. Recordemos que en ese momento, los medios de comunicación venezolanos, privados y estatales, se suscribieron a una u otra tendencia política, a un sector o al contrario, respondiendo a lo que ellos mismos consideraban necesidades del público. Al recibir una retroalimentación positiva por parte de sectores sociales que se identificaban con sus planteamientos, construían y trataban de reflejar verdades parciales al margen de las posibles necesidades informativas de la población como conjunto.

Sin embargo, algunos autores consideran que "la verdadera importancia social de la acción de los medios de comunicación de masas no se sitúa en el plano más inmediato de las actitudes y opiniones individuales, en el cual su influencia es bastante relativa. Por el contrario, esta repercusión hay que buscarla en un plano más profundo, más a largo plazo, en los efectos que tienen sobre la comprensión de la realidad política por parte del público y, en consecuencia, sobre la formación de la opinión pública" (Benedicto, 2002: 35)

En un proceso en el cual ha habido una adaptación por parte de la sociedad al hecho de que los medios estén presentes en muchos ámbitos, no resulta extraño que los mismos se vean como integrantes de la esencia social. El impacto de su acción ya no se ubica en la influencia directa sobre actitudes y conductas, sino que va más allá, a la creación de significados que conlleva a la conformación de una realidad (Benedicto, 2002: 34). En un sentido general, sin embargo, la construcción mediática de la política no es asunto exclusivo de este país y de la particular coyuntura que vivimos. La tendencia apunta al conjunto de este quehacer en diferentes ámbitos y realidades nacionales: "ahora la política es cuestión de comunicaciones masivas" (Bisbal, 2003:125), pero ante el vacío de representación en la construcción de lo que se espera sea representativo, se facilita la adhesión del discurso de quienes intervienen o pretenden intervenir en lo público al modelo de comunicación hegemónico (Martín Barbero, 2002: 16).

En América Latina, estamos en sociedades en las que -con excepciones- no existen liderazgos consolidados, como los que fueron construidos anteriormente desde la base en una relación directa, y esta debilidad en la acción de quienes pretenden representar posibilita la intervención mediática en la definición de la propia agenda política, quedando ésta al servicio

“

En América Latina, estamos en sociedades en las que -con excepciones- no existen liderazgos consolidados, como los que fueron construidos anteriormente desde la base en una relación directa, y esta debilidad en la acción de quienes pretenden representar posibilita la intervención mediática

”

de aquella y, no como podríamos entender en una práctica coherente, en la cual lo comunicacional es una estrategia más en el conjunto de acciones y no la vértebra central del quehacer político.

A MODO DE CONCLUSIÓN

El aporte de Habermas, como han reconocido diversos estudiosos, ha sido capital para ubicar la importancia de la prensa, de los medios de comunicación en un sentido general, en la construcción de la acción política, dentro de las sociedades modernas. Esta conformación de la esfera pública a la cual hace referencia su significativo texto "Historia y crítica de la opinión pública", permite detectar un cambio de época, de mentalidad, en torno a la participación en los asuntos de interés público, y el rol mediador de la prensa en la compleja relación entre Estado y sociedad. La revisión histórica permite ubicar características particulares de aquel contexto, pero que a la luz de las sociedades contemporáneas no deja de tener validez su reflexión y revisión.

La constitución de lo público, tal como lo entendemos modernamente, tiene una deuda importante con la prensa, tras ver el papel que jugó ésta en los contextos de la expansión capitalista de varios países de Europa occidental. Mirando és-

te tema, hoy, con los pies puestos sobre un país latinoamericano, la cuestión de lo público y el papel de los medios de comunicación, sigue teniendo absoluta vigencia (y necesidad de ser abordado). Las crisis políticas que han debilitado a la institucionalidad democrática, han corrido de forma paralela al robustecimiento económico y político de los medios de comunicación, especialmente de la televisión. Esto ha colocado un poder muy importante en estos medios para intervenir en la vida pública. En no pocos casos estamos presenciando también un cambio de época en relación con la constitución de lo público, que vaciado de su razón política (de su interés precisamente público) puede quedar expresado en simple estrategia (y expresión) mediática.

■ **Andrés Cañizález**
Director de *Comunicación*
y Profesor de la UCV

Bibliografía consultada

- Álvarez, Ángel (1995) "Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política". En: Medios de comunicación y responsabilidad ciudadana. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. pp. 85-108.
- Benedicto, Jorge (2002) "La construcción comunicativa del espacio público". Revista Foro, (45): 27-37. (Fundación Foro Nacional por Colombia, Bogotá).
- Bisbal, Marcelino (2003) "Cuando la política es asunto de medios". En: María Ramírez Ribes (compiladora): Venezuela: Repeticiones y Rupturas. Capítulo Venezolano del Club de Roma. Caracas. pp. 125-138.
- Capriles, Ruth (2003) "La ciudadanía en ejercicio". En: María Ramírez Ribes (compiladora): Venezuela: Repeticiones y Rupturas. Capítulo Venezolano del Club de Roma. Caracas. pp. 99-111.
- Cunill Grau, Nuria (1997). Repensando lo público a través de la sociedad. Caracas: Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo y Editorial Nueva Sociedad.
- Dunn, John (1992) "La libertad como valor político sustantivo". En: Luis Castro Leiva y otros: El liberalismo como problema. Caracas: Monte Ávila Editores.
- García Canclini, Néstor (2000) "Políticas culturales en tiempos de globalización". Revista de Estudios Sociales, (5): 19-35 (Fundación Social, Bogotá).
- González Fabre, Raúl (1999) "La cuestión cultural y política de la sociedad civil en Venezuela". SIC, (619): 388-391. (Centro Gumilla, Caracas).
- Habermas, Jürgen (1981) Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Martín Barbero, Jesús (2001) "Reconfiguraciones comunicativas de lo público". Anàlisi, (26): 71-88. (Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona).

—— (2001) "De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política". Nueva Sociedad, (175): 70-84. (Editorial Nueva Sociedad, Caracas).

—— (2002) "Des-figuraciones de la política y nuevas figuras de lo público". Revista Foro, (45): 13-26. (Fundación Foro Nacional por Colombia, Bogotá).

Mata, María Cristina (2002) "Comunicación, ciudadanía y poder". Diálogos de la Comunicación, (64): 66-76. (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Lima).

Navarrete, Juan (2001) Movimiento y organizaciones sociales en el marco del proceso de cambio político en Venezuela. Mimeo. Caracas.

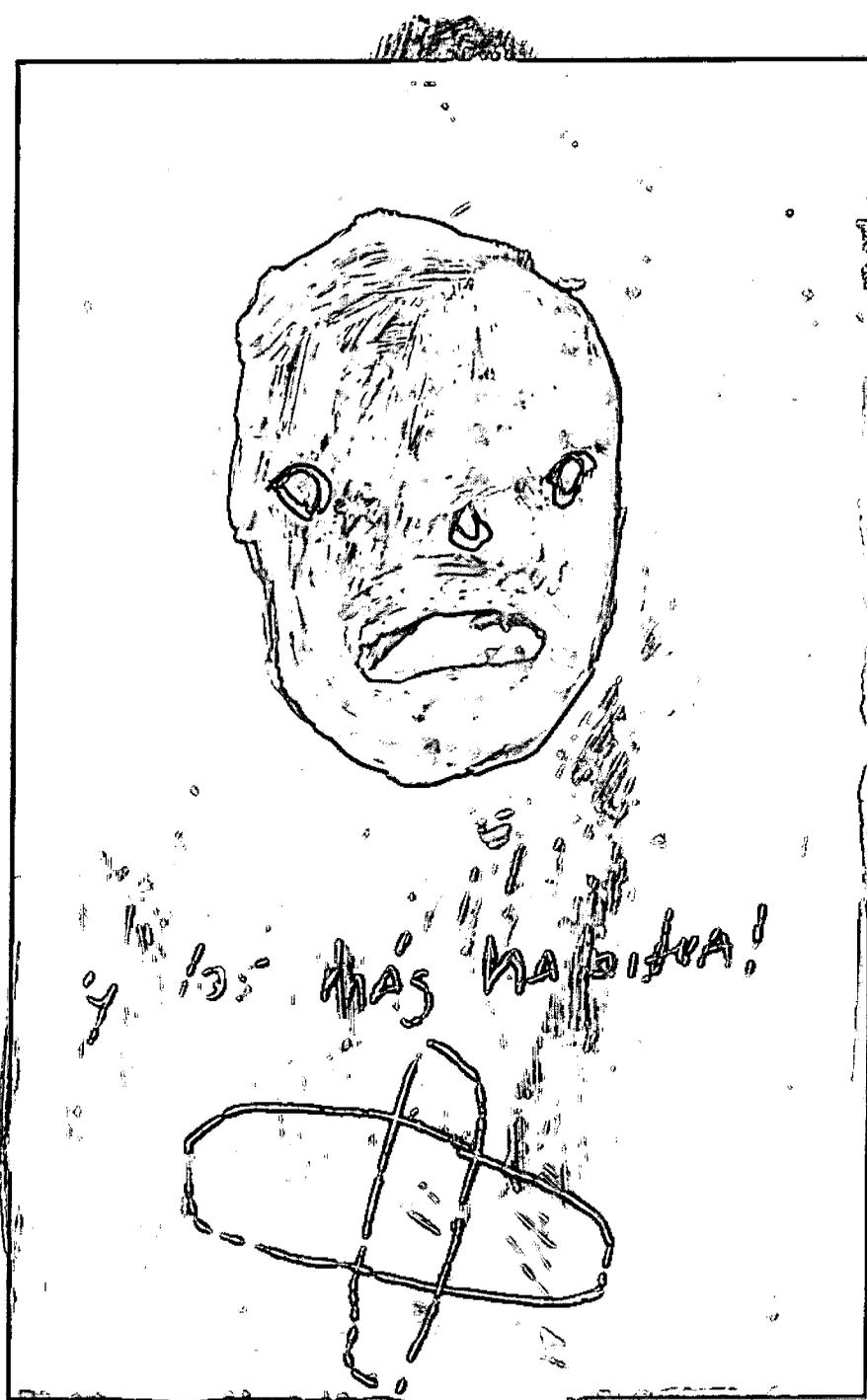
Noria, Omar (1999) La teoría política de la representación política del abate Sieyès. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello y Universidad Simón Bolívar.

Osorio Meléndez, Hugo (2002) "Medios de comunicación y conflicto social". Contribuciones, (2): 11-29 (Fundación Konrad Adenauer. Buenos Aires).

Sánchez Parga, José (1995) Lo público y la ciudadanía en la construcción de la democracia. Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.

Thompson, John (1998) Los media y la modernidad. Barcelona: Paidós.

Touraine, Alain (1995) ¿Qué es la democracia?. México: Fondo de Cultura Económica.



1 Existe un debate sobre la traducción de Habermas al español. Para este trabajo, por ejemplo, asumimos el texto "Historia y crítica de la opinión pública", en la edición traducida en 1981 y publicada por la casa editorial Gustavo Gili. Los planteamientos del autor datan de 1962. Generalmente en los textos en español se ha insistido en utilizar literalmente la palabra "publicidad" para lo que entendemos como esfera pública, vida social pública, vida pública. Eso se debe a que en alemán dicha palabra tiene ese significado. A nuestro entender el uso de la palabra "publicidad" en este texto podría prestarse a confusiones, por lo que asumimos -como lo indica el título de este texto- el uso del término esfera pública.

2 La dedicación de los ciudadanos de sus esfuerzos a la actividad mercantil privada, simbolizada en el comercio, es para autores como Constant una muestra clara de las diferencias en torno a la libertad de los antiguos y la libertad de los modernos. La dinámica moderna, de ciudadanos cada vez más orientados a sus negocios particulares, terminó imponiendo un modelo de delegación de la participación, lo cual además resultaba un modelo viable en la medida en que el tamaño de las ciudades, de las comunidades, fue creciendo, haciendo -también desde un punto de vista práctico- un modelo de participación política heredado de la antigua Grecia.

Sakaguchi, acclaimed as the "king of video games", is the director of the interactive game series, is the direct
 Pictures/Square Pictures pres... ANTSY THE SPIRITS WITHIN!

© Square Enix Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without permission in writing from Square Enix Inc.