

Foro “Ignacio Ellacuría”  
Solidaridad y Cristianismo

# Medios de comunicación

Información, espectáculo, manipulación

José A. Zamora (coord.)





Foro “Ignacio Ellacuría”  
Solidaridad y Cristianismo

# Medios de comunicación

Información, espectáculo,  
manipulación

José Antonio Zamora  
(coord.)

*evd*

Editorial Verbo Divino  
Avenida de Pamplona, 41  
31200 Estella (Navarra), España  
Tfno: 948 55 65 11  
Fax: 948 55 45 06  
[www.verbodivino.es](http://www.verbodivino.es)  
[evd@verbodivino.es](mailto:evd@verbodivino.es)

Cubierta: *Disk of Newton* (1912), de Frantisek Kupka

© Foro “Ignacio Ellacuría”: Solidaridad y Cristianismo,  
calle Navegante Macías del Poyo, 3 - Bj.-J, 30007 Murcia.  
<http://web.forodigital.es/usuarios/foro.i.ellacuria>

© José A. Zamora

© De la presente edición: Verbo Divino 2010

ISBN pdf: 978-84-9945-068-1

ISBN edición impresa: 978-84-8169-639-0

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo la excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita imprimir o utilizar algún fragmento de esta obra.

# Contenido

<i>Prólogo</i> .....	7
José A. Zamora Opinión pública y medios de comunicación en las sociedades democráticas.....	13
Enrique Bustamante La concentración multimedia en la era digital: el futuro de la cultura, de la comunicación y de la democracia .....	41
Vicente Romano Medios de comunicación y conciencia .....	59
Juan Benavides La ética y los medios de comunicación en el ámbito de la cultura publicitaria. Una aproximación conceptual .....	81
María José Lucerga De los eslóganes de Pessoa a <i>La Reina del Bar Canalla</i> : Algunas claves para comprender el papel social de la nueva publicidad .....	131
Vicente Romero Sufrimiento y espectáculo: el Sur en los medios del Norte.....	149

Lorenzo Gomis	
La noticia: creación de actualidad .....	159
Joan Ferrés	
Medios de masas y manipulación .....	179
Alberto da Silva Moreira	
Cultura mediática y educación .....	193
Víctor Manuel Marí Sáez	
¿Qué hace arder nuestro corazón? Medios de comunicación, fe cristiana y educación del deseo en un mundo globalizado .....	235

## Prólogo

Los medios de comunicación de masas constituyen el nuevo universo simbólico en que pensamos, actuamos y sentimos. De modo que todo pasa por ellos: valores, estilos de vida, información, acción política y educativa. Ellos son también los que establecen las prioridades, las perspectivas y los enfoques de la información. En definitiva los *mass media* son los definidores de realidad, cuando no los creadores de la misma, pues la realidad mediada se identifica con la realidad “natural”. Por otra parte, parecen ser capaces de dar respuesta a una gran diversidad de necesidades básicas, desde las cognitivas a las de entretenimiento, pasando por las afectivas y las de integración personal o social.

Por todo ello, es necesario arrojar una mirada crítica sobre los medios de comunicación y su función social. Es importante analizar su papel en la génesis y el mantenimiento de una mentalidad sumisa que percibe la realidad elaborada y servida por ellos como definitiva e intransformable, así como la asimilación de la cultura al entretenimiento, forma de ideología dulce y templada que facilita la evasión y la desimplicación.

También es necesario desentrañar los criterios que intervienen en la selección del material informativo y las estrategias de seducción y desinformación, desde el silenciamiento a la censura de las fuentes, pasando por la descontextualización, la producción deliberada de noticias y la dramatización de la realidad.

Asimismo, conviene percibir adecuadamente lo que ofrecen las nuevas tecnologías como Internet de cara a la comunicación horizontal, la participación ciudadana y la intervención política, pero también analizar su realidad actual: las mayorías excluidas, los contenidos dominantes, los proyectos comerciales asociados a la red, las tendencias hacia una vinculación de Internet y televisión, etc.

Para ello, es imprescindible un análisis del sistema nacional e internacional de producción, distribución y consumo de productos culturales y la tendencia acentuada a la concentración en grupos multimedia conectados entre sí y con los grandes consorcios industriales y financieros, las repercusiones sociales y políticas de la concentración oligopolista de la propiedad de los medios de comunicación y sus vínculos con los poderes económicos y políticos.

Uno de los elementos más destacados de la cultura mediática es sin duda la publicidad. Si bien la influencia de los mensajes de la publicidad es una cuestión muy controvertida, nadie niega su peso en la creación de hábitos de consumo y ocio, en la estabilización y consolidación de creencias convencionales y en el reforzamiento de pautas de conducta: más allá de la compra concreta de un producto, la publicidad influye en la creación de una mentalidad orientada al éxito económico, la aventura o el atractivo sexual. Podría considerarse simplemente la guinda que hace apetecible el pastel del actual sistema de producción y consumo, pero quizás represente su esencia más genuina: el fetichismo de la mercancía.

¿Se ha convertido la publicidad en un modelo, tal vez el principal, para la construcción de los discursos sociales? ¿Son sus características formales el preludeo de un nuevo modo de percibir, construir, entender y conocer la realidad que nos rodea, un modo definido por el protago-



nismo de lo visual, la fragmentación, la brevedad de los mensajes, la rapidez (un conocimiento impaciente), el triunfo del impacto sobre los desarrollos argumentales, el predominio del conectar y seducir sobre el convencer, la sobredosis de información que bloquea e imposibilita una digestión y selección crítica, el predominio de lo emocional frente –o más bien contra– lo racional, basado en una falsa propuesta de irreconciliabilidad, la constitución de un discurso del que se hace desaparecer la duda o la pregunta (salvo que esta última sea retórica, es decir, que sea en sí misma una proposición de la respuesta), la estereotipación y superficialidad, la instauración de una comunicación “en diferido”?

Si la publicidad representa el estilo de comunicación hegemónico, la televisión se ha convertido en el medio por el momento dominante en la comunicación de masas. Pertenece a ese tipo de fenómenos que, resultado de un proceso humano, ha adquirido su propia lógica interna y ha terminado por escapar al control de su creador. Pasamos miles de horas con la mirada dirigida, interesada o distraídamente, al televisor. ¿Qué nos ofrecen los rostros y las imágenes que atrapan tan insistentemente nuestra mirada? ¿No ha cambiado la televisión el espacio doméstico, deteriorando las redes de comunicación intrafamiliares? ¿No se está produciendo una supresión de la intimidad y un empobrecimiento de la relación perceptiva con el mundo? ¿Qué supone la construcción de un espectáculo permanente, cotidianizado y universal? ¿Qué tipo de cohesión del tejido social crea la televisión? ¿No queda suprimido todo espacio social donde el ciudadano pueda ejercer una praxis real, reduciéndolo al estatus de espectador-consumidor ya sea de mercancías o líderes políticos? ¿No se elimina todo valor cultural autónomo, convirtiéndolo en entretenimiento cualquier experiencia artística o cultural?

La omnipresencia de las cámaras ha transformado el mundo entero en un inmenso plató. La simple presencia de una cámara y de unos focos comporta que cualquier persona pueda acabar sintiéndose un actor, un intérprete. Todo tiende a convertirse en actuación, en interpretación. El espectáculo impregna hasta tal punto la vida de los ciudadanos que en las sociedades más desarrolladas han acabado por convertirse en espectáculo desde la política hasta la religión. El espectáculo se convierte en la gran metáfora que permite analizar en profundidad la trama comunicativa de muchas dimensiones de la cultura contemporánea. En la mayor parte de los sectores sociales se impone la estrategia de la pasarela, del escaparate. Todo existe para ser contemplado, para ser consumido.

¿Qué comporta para un educador enfrentarse a unas generaciones que han nacido y crecido en una cultura del espectáculo? Los niveles de sensorialidad, de concreción, de dinamismo y de emotividad que parecen exigir, ¿son compatibles con la racionalidad, la abstracción, la reflexión y el silencio que exige la cultura tradicional? Las contradicciones entre la cultura oficial y la cultura popular se traducen muchas veces en conflictos entre la escuela y la televisión, o entre la televisión cultural y la convencional. El educador que pretenda ser eficaz en este marco social ha de ser capaz de repensar la cultura. Y sólo podrá hacerlo desde una doble capacidad de seducción y conciliación: seducción liberadora frente a seducción adormecedora, y conciliación entre emoción y razón, relato y sentido, placer y esfuerzo.

En torno a todas estas cuestiones giró el ciclo de conferencias “Medios de comunicación: información, espectáculo y manipulación” organizado por el Foro Ignacio Ellacuría entre febrero de 2001 y abril de 2002 en Murcia. Las ponencias se recogen ahora en este libro. Algunas conservan el tono oral, ya que son transcripción revisada

de la conferencia mantenida en su día, otras han sido reelaboradas por sus autores con posterioridad. Junto a las ponencias, el libro también recoge algunas aportaciones de miembros del Foro Ignacio Ellacuría o de colaboradores habituales. Esperamos que las mismas ayuden a enriquecer la reflexión y el debate sobre el tema. Sin la colaboración y la participación de tantas personas que hacen posible la realización de las actividades y mantienen un intercambio constante en torno a las cuestiones candentes que se abordan aquí, no habría sido posible esta publicación. Gracias a todas ellas. Especialmente, gracias a quienes han colaborado en la revisión del texto y la traducción de alguna contribución: José Cervantes, María José Lucerga, Juan Carlos García, Ramón Gil, Evaristo León y Juan Diego López. Esperamos que estas páginas ayuden a despertar una conciencia crítica frente a los medios de comunicación y la cultura que a través de ellos se ha convertido en el nuevo universo en el que se desarrolla nuestro existir.

*José Antonio Zamora*  
Coordinador  
Foro Ignacio Ellacuría  
Solidaridad y Cristianismo



# Opinión pública y medios de comunicación en las sociedades democráticas<sup>1</sup>

*José A. Zamora*

## 1. Contrato social, ciudadanía y participación política

La filosofía política de la modernidad se constituye en sus orígenes como una teoría de la legitimidad del poder, que ya no puede proceder de instancias tradicionales y autoritativas como la naturaleza, la costumbre o Dios, sino sólo del consentimiento de los individuos libres e iguales que forman la sociedad, tal como refleja la idea de *contrato social*<sup>2</sup>. El Estado y la constitución serían según esta idea el resultado de la unión contractual de individuos capaces de negociar las condiciones del contrato que les asocia y que, en base a la libertad con la que se acepta el mismo, tiene carácter vinculante.

<sup>1</sup> Una versión más amplia de esta contribución apareció en la revista *Iglesia Viva* 212 (2002), 7-29.

<sup>2</sup> Cf. W. Kersting, *Die politische Philosophie des Gesellschaftsvertrags*, Darmstadt, Wiss. Buchges 1994; A. Cortina, *Alianza y contrato. Política, ética y religión*, Madrid, Trotta 2001.

El debilitamiento de la cosmovisión religiosa, la desaparición de la tradicional concepción cualitativa de la naturaleza bajo la sobria mirada de las ciencias modernas, la descomposición del orden social compacto e integrado bajo el asalto de la configuración burguesa de las relaciones sociales y su determinación por la economía exigen una reorganización de la praxis cultural de legitimación acorde con las nuevas bases cognitivas, relacionales y cosmovisionales.

Ésta es la función que cumple el individualismo normativo que atribuye a los individuos autonomía moral y sustituye la autoridad legisladora de Dios o la naturaleza por el derecho de cada uno de los miembros de la sociedad a no aceptar otras leyes que aquellas que nacen de un acuerdo alcanzado por procedimientos justos y equitativos que aseguren la participación en igualdad de condiciones de todos los afectados.

En este contexto se definen los primeros derechos humanos por pensadores como John Locke, uno de los padres ideológicos del “contrato social” junto con Hobbes, Pufendorf, Rousseau, etc. Los más importantes serán el derecho a la integridad física, a la libertad personal y a la posesión segura de la propiedad adquirida legítimamente. Para garantizar esos derechos fundamentales o para impedir que puedan ser suspendidos o conculcados arbitrariamente, se ve necesario crear una instancia de control independiente. No hay duda al respecto: el efectivo cumplimiento del contrato social por los detentadores del poder debe ser controlado por los que se someten a su dictado.

Inspirados en la monarquía parlamentaria de Inglaterra, que ya llevaba una significativa andadura y parecía ser eficaz, los filósofos ilustrados exigen el establecimiento de un parlamento elegido por el pueblo e independiente del gobierno, como contrapeso de éste. El jurista francés Montesquieu será quien desarrolle en su obra *El espíritu*

*de las leyes* un fundamento de la teoría política de la división de poderes: el poder legislativo, el ejecutivo y el judicial deben estar separados y ser ejercidos por corporaciones independientes unas de otras.

Junto a otras aportaciones teóricas relevantes quizás convenga destacar la contribución del filósofo ginebrino Jean-Jacques Rousseau en su amplio ensayo *El contrato social*, ciertamente una de las más importantes fundamentaciones de la idea moderna de sociedad y Estado. Lo que diferencia la interpretación rousseauiana del contrato social es su convencimiento de la existencia de una “voluntad general” que recoge de modo preciso y completo las necesidades del colectivo social y representa el bien común. Evidentemente, frente a ella no cabe oposición.

Ésta es la razón de que Rousseau mire con desconfianza la formación de agrupaciones políticas y el parlamentarismo, es decir, la *participación indirecta* del pueblo en las decisiones de gobierno por medio de sus representantes elegidos. Sospecha que esta delegación no promoverá la voluntad general, sino las voluntades particulares. La voluntad general sólo tiene expresión cuando el pueblo se reúne y adopta de modo directo todas las resoluciones gubernativas.

A pesar de las dificultades de orden práctico que supone la realización de una democracia directa o las de orden teórico asociadas al establecimiento de una voluntad general atribuible al conjunto de la sociedad, Rousseau será un referente teórico permanente de todos los intentos de profundización participativa, deliberativa y moral de los sistemas democráticos<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Existen numerosas actualizaciones del contractualismo ilustrado, desde las más escépticas frente a las regulaciones estatales, como las de Nozick o Buchanan, a las más sociales, como la de

¿Qué puede decirse con la brevedad que exigen estas líneas sobre el desarrollo del proyecto democrático tras las dos grandes revoluciones liberales, la francesa y la norteamericana? Quizás sea preciso señalar que, con el proceso de industrialización, ganará en significación el empresariado burgués dueño del capital industrial, constituyéndose en la clase social más importante y poderosa. Los principios del liberalismo político –libertad, autonomía, responsabilidad y libre despliegue de la personalidad– serán identificados por esa burguesía industrial y mercantil con la libertad empresarial y de comercio, es decir, con la libertad para la libre o, lo que a sus ojos es lo mismo, ilimitada acumulación de recursos de poder. Las consecuencias de esta identificación se pueden vislumbrar fácilmente si tenemos en cuenta que en el siglo XIX dicha burguesía se convertirá en la portadora más importante de la visión de la sociedad nacida de la Ilustración o, con otras palabras, del liberalismo.

Sin embargo, el derrocamiento de las monarquías y la eliminación de estructuras de poder no democráticas para establecer otras de carácter liberal será una empresa difícil y plagada de reveses. El triunfo de las fuerzas reaccionarias sobre el movimiento revolucionario de 1848 impedirá un desmonte efectivo de las formas autoritarias y monárquicas de dominación, que se mantendrán en algunos países hasta bien entrado el siglo XX. La confrontación política entre las élites tradicionales y la burguesía empresarial se asemejará muchas veces a un juego alterna-nte entre concesiones por parte del poder tradicional y

Rowls (cf. J. Buchanan, *Freedom in Constitutional Contract. Perspectives of a Political Economist*, College Station, Texas A & M Univ. Press 1977; R. Nozick, *Anarchy, State and Utopia*, Nueva York, Basic Books 1977; J. Rowls, *A Theory of Justice*, Cambridge, Mass., Harvard University Press 1971), en cuyos matices no podemos entrar aquí en aras de la brevedad.



conquistas parciales de espacios económicos, sociales y culturales a dicho poder por la nueva clase emergente, lo que irá permitiendo una progresiva penetración burguesa del sistema político y un desplazamiento gradual o un reciclaje de las viejas élites.

Con todo, dicho desplazamiento no puede ser visto como el alumbramiento de una democratización radical traducida en verdadera soberanía popular, sino como un cambio de reparto de personal en las estructuras oligárquicas de poder y decisión. Con la progresiva industrialización también irá abriéndose una brecha cada vez mayor entre una numerosa clase trabajadora desposeída y una clase empresarial adinerada perteneciente a la alta burguesía. La desigualdad social conformará así el sistema político y establecerá unos estrechos límites al ejercicio de la autodeterminación individual. Cada vez más la burguesía propietaria verá a las masas desposeídas como una amenaza y defenderá obstinadamente ante ellas su posición de poder. Que pudieran garantizarse al menos los mismos derechos formales para todos los ciudadanos en la mayoría de democracias occidentales hasta la mitad del siglo XX hay que atribuirlo de modo muy esencial a la organización socialista o socialdemócrata del movimiento obrero y a su lucha.

Pero ni ayer ni hoy basta la igualdad política formal para alcanzar la igualdad social real. De Karl Marx a Max Weber, son muchos los teóricos sociales que desde puntos de vista distintos han señalado la insuficiencia del modelo burgués liberal para dar respuesta acabada a la cuestión de la democracia. La igualación formal en el subsistema político no sólo no ha podido contrarrestar la creciente desigualdad social, sino que la progresiva especialización y jerarquización en el sistema económico parece conducir de modo inexorable e inflexible a una oligarquización de las estructuras de poder en el sistema político. Los ciuda-

danos se ven ante un aparato burocrático alienante dominado por una élite con enorme poder económico y social. Max Weber lo definiría como la *férrea jaula* del mundo administrado.

Los estudios que ofrecen las ciencias sociales y económicas sobre la evolución de nuestras sociedades muestran un crecimiento de la desigualdad tanto a escala planetaria como en los países más desarrollados. El modelo de economía social de mercado dominante en estos últimos desde la mitad del siglo XX no ha cambiado de modo esencial la tendencia al crecimiento de la desigualdad. El bienestar material de todos ha crecido, pero al mismo tiempo que crecían los recursos de los estratos más bajos, también lo hacían de modo exponencial los de las élites.

Y si miramos el crecimiento económico de la postguerra, constataremos que no sólo trajo un aumento del bienestar material individual en los países industrializados del centro, sino que también se creó un nuevo estilo de vida que conocemos como consumismo.

En este nuevo contexto, la interpretación marxista de los antagonismos de clase ha perdido plausibilidad y capacidad movilizadora, sin que los antagonismos hayan desaparecido. La sociedad de masas tardocapitalista parece poseer un poder ilimitado de integración a pesar de ellos o incluso a través suyo. No es de extrañar, pues, que en muchos sectores sociales crezca hoy la percepción de que el espíritu de lucha que inspiró la conquista de las libertades políticas en los albores de la modernidad haya sido progresivamente socavado y neutralizado por el individualismo posesivo con el que estaba emparejado en el modelo liberal-capitalista, modelo que hoy celebra por doquier su triunfo después del hundimiento de la alternativa que pretendía representar el llamado “socialismo real”.

El mercado es proclamado por sus adoradores como la expresión máxima de democracia, de libertad de elección, de emancipación individual, etc., y las instituciones políticas son conminadas a autorreducirse al mínimo imprescindible para garantizar el libre funcionamiento del intercambio económico. En lugar del *ciudadano* se ha entronizado al *consumidor*, cuya lealtad al sistema democrático responde más a los beneficios que le proporciona una economía de mercado sustentada en desigualdades locales y globales cada día más sangrantes que a una conciencia política y a un comportamiento ético identificados con la responsabilidad en los asuntos públicos. Nos enfrentamos, pues, a una paradoja en la que está en juego el destino de nuestras sociedades y posiblemente el del planeta: es el propio sistema político de las sociedades democráticas el que genera y sostiene el desinterés de los ciudadanos por el futuro de la democracia.

El proceso de burocratización y profesionalización de las organizaciones políticas y sociales, así como los pactos tácitos o explícitos entre las mayorías ciudadanas y las élites de dichas organizaciones con el fin de asegurar su posición de privilegio frente a las minorías excluidas en los países ricos y las mayorías empobrecidas a escala planetaria, han conducido a una situación caracterizada por una escasa participación ciudadana y por un sentimiento generalizado de impotencia para incidir significativa y transformadoramente sobre las estructuras políticas o económicas.

Pero si bien en el uso lingüístico dominante se entiende por política lo que los políticos hacen, lo político no se agota en ese ámbito especializado y profesionalmente atendido, de modo que sus pretensiones de exclusividad carecen de legitimidad. Sin negar los logros, a veces duramente conquistados, de los modernos sistemas políticos de corte liberal en Occidente, es necesario seña-

lar que la política, entendida como un ámbito institucional especializado y profesionalizado, tiene la tendencia a terminar agostando y consumiendo la materia prima de lo político.

La discusión en torno al concepto de “sociedad civil” está sirviendo en la actualidad para plantear una serie de cuestiones que resultan de máxima relevancia para la radicalización del proyecto democrático: la relación entre la dimensión participativa y la representativa en los sistemas políticos, entre la profesionalización, burocratización, electorización y segregación de la política y el protagonismo de los ciudadanos, su capacidad de influjo y su participación activa; la vigencia del Estado del bienestar, la responsabilidad social del Estado y las perspectivas del Tercer Sector, su significación en la transformación solidaria de la sociedad y la economía, etc.; las formas de organización de la economía y las posibilidades de democratización de la misma, así como el protagonismo de los ciudadanos en una transformación del sistema económico que garantice el cumplimiento de unos objetivos sociales, ecológicos y redistributivos, sin los que termina devaluándose el concepto mismo de ciudadanía; la relación entre la complejificación de la sociedad, la división extrema del trabajo y los mecanismos abstractos de solidaridad, por un lado, y la diversificación de las formas de vida y sus expresiones culturales, con la concomitante generación de conflictos identitarios y la necesidad de consensos amplios en cuestiones vitales, por otro; la relación entre los vínculos comunitarios, es decir, la pertenencia a tradiciones y grupos concretos, con su poder para crear identidades y capacitar moral y cívicamente a los miembros de la sociedad, por un lado, y las reglas de juego democráticas, es decir, universales y formalmente igualadoras, por otro; el papel de los nuevos movimientos sociales, su relación con otros grupos o movimientos

sociales, su capacidad de generar movilizaciones ciudadanas, su efectividad transformadora y su función de “alibi”; la significación de la “opinión pública”, el dominio empresarial de los *mass media*, la posibilidad de expresión política y cultural de los ciudadanos y ciudadanas, la existencia de un debate no tutelado, dirigido o impuesto por grupos de poder, etc.

En relación con este último ámbito de problemas, vamos a plantear a continuación la cuestión de la *opinión pública* y su relación con el proyecto democrático. Evidentemente, esta institucionalización no es la única llamada a solventar los dilemas de dicho proyecto entre libertad e igualdad, intereses particulares y bien común, divergencia de pareceres y consenso integrador, etc.

Unas de las institucionalizaciones más importantes de cara a la formación de una voluntad común y a la toma democrática de decisiones es el *principio de mayoría*. ¿Qué puede estar a disposición de dicha regla y qué no? ¿Cómo afrontar los derechos de las minorías? ¿Cómo evitar que se produzcan consensos destructivos? ¿Cómo salvaguardar de la rutinización y desmotivación a la participación ante mayorías repetitivas? ¿Cómo preservar del crecimiento de la banalidad sin riesgos a costa de posiciones minoritarias arriesgadas pero más enriquecedoras?, son cuestiones que todavía esperan un respuesta adecuada. Otro de los principios más importantes es el de *representación*: en primer lugar la representación política, el sistema de partidos, pero también todas las formas de representación corporativa, profesional, asociativa, etc. Ya hemos mencionado las cuestiones más candentes que afectan a este principio, como la profesionalización, el clientelismo, la dependencia de los poderes fácticos, la eliminación de la participación ciudadana, la tendencia a la oligarquización, el populismo y la manipulación, etc. Pero centremos nuestra reflexión en la *opinión pública*,

pues, como ha señalado H. Dubiel, “‘democracia’ es –de modo previo a su conformación institucional– la forma cultural de un debate temporal, temática y socialmente no clausurable sobre los criterios de la política legítima”<sup>4</sup>.

## 2. Breve apunte histórico sobre el concepto “opinión pública”<sup>5</sup>

Cuando hoy hablamos de *opinión pública* nos estamos refiriendo a una institucionalización específica de la modernidad que hunde sus raíces en los orígenes de la sociedad burguesa y en las exigencias de libertad de conciencia y tolerancia religiosa de la nueva clase emergente. Paradójicamente, al comienzo, dicha exigencia se expresa en la construcción de un espacio arcano de autonomía espiritual frente a la razón de Estado y al concepto asociado a ella de secreto político. Los clubes ingleses, los salones franceses o las logias secretas de los masones ofrecen cobijo en la Europa prerrevolucionaria a nuevas formas de sociabilidad privada sustraída al control público del Estado absolutista y de la Iglesia, en las que formular, debatir y difundir las nuevas ideas frente a los poderes establecidos y su legitimación en la tradición religiosa. Este espacio de “publicidad interna” permite a todos los sectores cuyos intereses no encuentran representación adecuada en ese Estado, desde la nobleza antiabsolutista hasta los filósofos ilustrados, pasando por los comerciantes, los banqueros y las gentes de negocios, las minorías religiosas, ciertos grupos de funcionarios, etc., crear una esfera de reconocimiento de dichos intereses y de despliegue de

<sup>4</sup> H. Dubiel, “Zivilreligion in der Massendemokratie?”, en *Soziale Welt* 41 (1990), p. 141ss.

<sup>5</sup> Para un recorrido por la historia del concepto “opinión pública”, cf. C. Monzón, *Opinión pública, comunicación y política*, Madrid, Tecnos 1996.

una moralidad independiente de la tutela y el control del Estado<sup>6</sup>.

Pero será la Revolución francesa, al introducir un cambio fundamental en las relaciones de poder, la que permita formular públicamente la exigencia de una libertad de opinión y pensamiento de carácter marcadamente político y convertir así lo que hemos llamado “publicidad interna” en *opinión pública*. Ésta pasará a ser una cualidad moral y política fundamental del ejercicio del poder en la sociedad burguesa. Sólo el respeto de la opinión pública en todo aquello que afecta a la generalidad concede legitimidad a la autoridad política. Por esa razón, los filósofos ilustrados no dudarán en establecer un vínculo inquebrantable entre el ejercicio legítimo del poder, la expresión pública de las ideas y las exigencias de la razón humana. La opinión pública es el puente que une el orden legal y la razón. Ha de ser universal y abarcar al conjunto de los ciudadanos. Consiste en un debate público y participativo. Sirve para controlar el poder y sus instituciones.

Dado que el interés común no está representado *a priori* por la voluntad del soberano, sino que debe ser dirimido en la confrontación de intereses diversos y encontrar expresión en leyes generales abstractas, la opinión pública se convertirá en pieza fundamental del proceso de discusión y en garantía de la razonabilidad del resultado. La capacidad autónoma de razonar y argumentar de los individuos, así como el carácter público del debate, aparecen a los ojos de los ilustrados como las condiciones necesarias y suficientes para el establecimiento del interés verdaderamente universal. Cuando I. Kant articula su res-

<sup>6</sup> R. Koselleck, *Kritik und Krise. Eine Studie zur Pathogenese der bürgerlichen Welt* (60 ed.), Francfort d. M., Suhrkamp 1989, p. 49ss.

puesta a la cuestión de qué es la Ilustración y la define como la salida de la “minoría de edad”, como el uso del “propio entendimiento sin la dirección de otro”, no dudará en esperar del “ejercicio *público* de la razón” la consecución de la emancipación de toda tutela, emancipación de la que los filósofos constituyen la avanzadilla y que progresivamente se extenderá al público en general<sup>7</sup>.

Habermas ha llamado la atención en su ya clásico estudio sobre la opinión pública acerca de la ambigüedad de la argumentación kantiana: la invitación al libre uso de la razón, a la emancipación de toda tutoría y la reserva del uso público no restringido de la razón a los doctos<sup>8</sup>. Aparece aquí manifestada una dialéctica que es constitutiva de la opinión pública moderna: la dialéctica entre las élites y la ciudadanía. Pero no será ésta la única ambigüedad de la esfera pública burguesa. La identificación entre el burgués propietario/varón y el ciudadano establece desde el comienzo unos claros límites a las exigencias de libertad de expresión, de prensa, de reunión y asociación, etc., constitutivas de la opinión pública burguesa. “Finalmente –nos dice Habermas–, la publicidad burguesa desarrollada acaba basándose en la ficticia identidad de las personas privadas reunidas en calidad de público en sus dos roles de propietario y hombre”<sup>9</sup>.

A medida que las condiciones de producción de la opinión pública se ven determinadas por los medios de comunicación de masas, es decir, la producción y distri-

<sup>7</sup> I. Kant, “Respuesta a la pregunta ¿qué es Ilustración?”, en J. B. Erhard y otros, *¿Qué es Ilustración?* Estudio preliminar de A. Maestre, Madrid, Tecnos 1988, p. 9ss.

<sup>8</sup> J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, 30 ed., México, G. Gil 1986.

<sup>9</sup> *Op. cit.* p. 92.



bución de libros, revistas y periódicos se organiza conforme al mercado y bajo la forma de mercancía, se va derrumbando la ilusión de una esfera de entendimiento público y saber de utilidad pública no afectada por los intereses económicos. Con los procesos de mercantilización económica y sometimiento al poder político de la esfera pública, los presupuestos de racionalidad originarios del concepto ilustrado de opinión pública entrarán muy pronto en una grave crisis de legitimación.

Durante el siglo XIX, los maestros de la sospecha y los críticos de la sociedad burguesa pondrán el dedo en la llaga de sus contradicciones. Lo que denuncian es la identificación entre “opinión pública” y “voluntad general”. Las ideas dominantes, para formularlo con la conocida tesis de Karl Marx en la *Ideología alemana*, no representan a la sociedad en su conjunto, sino a la clase dominante, y, en la medida en que sirven para enmascarar unas relaciones de dominación, son una forma de falsa conciencia que debe ser denunciada y desenmascarada. El discurso universalista de la cultura burguesa es desmentido en la práctica a causa de las estructuras que impiden la realización universal de los derechos y libertades del “hombre” para todos los ciudadanos. El sistema capitalista y las desigualdades que genera conducen a un desigual acceso a las fuentes de poder y están en la base de la instrumentalización del sistema parlamentario y la esfera pública a favor de los intereses particulares de las minorías dominantes.

El movimiento obrero, en la medida en que se articula en organizaciones políticas y sindicales, también generará su contraprensa, una opinión pública que dé expresión a sus intereses y publicidad a sus objetivos políticos, que sirva a la concienciación de los trabajadores y denuncie la opresión que éstos sufren. El modelo liberal burgués reaccionará de modo defensivo, acudiendo incluso a la

censura y el control ideológicos. Comienzan a consolidarse las estructuras llamadas a debilitar y –cuando es posible– eliminar los medios de difusión de alternativas políticas, económicas, sociales y culturales. En la segunda mitad del siglo XIX y la primera del siglo XX, la esfera pública estará presidida por esta confrontación, llevada a cabo bajo una desigualdad de recursos determinante del resultado.

Sólo aparentemente quedará diluida esta confrontación con la constitución de la sociedad de masas en el siglo XX. Los cambios sociales en los países más industrializados son innegables: la entrada en escena de las clases medias, el acceso a niveles de consumo desconocidos para amplias capas de la sociedad, la multiplicación de los medios de comunicación y la aparición de una potente industria cultural, etc. Sin embargo, el problema de la igualdad sigue pendiente de solución. Ni en relación a la libertad de expresión ni a la formación de la opinión pública se puede hablar sin una gran dosis de cinismo de igualdad de oportunidades. La multiplicación de los medios de comunicación y su comercialización, más que contribuir al reforzamiento de la sociedad civil y de la participación ciudadana en la definición pública de la realidad social, en la formulación de los proyectos políticos de transformación de la sociedad y en el control efectivo de la acción de las instituciones que ejecutan dichos proyectos, a lo que ha conducido es a convertir los medios de comunicación en instrumentos de entretenimiento y dominación de masas. Habermas lo denuncia en su mencionada obra:

“El *consensus* fabricado tiene poco en común con la opinión pública, con la unanimidad final resultante de un largo proceso de recíproca ilustración; porque el ‘interés general’ sobre cuya base –y sólo sobre ella– podía llegar a producirse libremente una coincidencia racional entre las opiniones públicamente concurrentes, ha ido desapareciendo exactamente en

la medida en que la autopresentación publicística de intereses privados privilegiados se lo iba apropiando”<sup>10</sup>.

Por eso resulta necesario analizar el vínculo entre opinión pública y medios de comunicación de masas y las consecuencias de dicho vínculo para el sistema democrático.

### 3. Espacio público y medios de comunicación de masas

La democracia y la esfera pública que le es esencial están configuradas en la actualidad por los medios de comunicación de masas. La prensa escrita, la radio, la televisión y, recientemente, Internet son medios de transmisión de información y de intercambio de ideas, imágenes, experiencias, valoraciones, etc., que pueden alcanzar a un gran número de personas y traspasar las barreras espacio-temporales que son inherentes al intercambio y la comunicación interpersonal. La capacidad del sistema mediático para crear demandas o inducir comportamientos de todo tipo, transmitir ideologías o definir la realidad, establecer una jerarquía de prioridades sociales o dotar de significación a decisiones colectivas, etc., lo ha convertido en el más potente creador y reproductor del universo simbólico de nuestras sociedades. Puede hablarse sin miedo a exagerar de una *centralidad mediática* en relación a todos los ámbitos de la sociedad: economía, cultura, política, etc.<sup>11</sup>.

El carácter masivo de los medios de comunicación podría crear la ilusión de un protagonismo de las masas, de un acceso y una posibilidad de expresión igual para to-

<sup>10</sup> *Op. cit.*, p. 222.

<sup>11</sup> J. Vidal Beneyto, “Introducción. Más allá de la comunicación”, en *íd.* (dir.), *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*, Madrid, Taurus 2002, p. 18.

dos los ciudadanos. Pero los medios constituyen un complejo industrial y están sometidos a las condiciones de producción y distribución del sistema económico capitalista<sup>12</sup>. Es preciso, pues, tener en cuenta el carácter de mercancía que adquieren todas las producciones vehiculadas por los medios de comunicación y el poder troquelador que dicho carácter ejerce sobre lo que se intercambia a través suyo y sobre la manera cómo se intercambia. Los diferentes grupos sociales, con sus intereses en conflicto y su asimétrica participación en el poder, se ven enfrentados a las leyes del mercado y su tendencia inexorable a la maximización del beneficio a la hora de influir sobre la opinión pública y conformarla.

Pero aunque las empresas mediáticas se rigen ante todo por criterios económicos, sin embargo poseen la capacidad extraordinaria para convertir en asunto público cualquier cuestión social o privada, es decir, de determinar la *opinión pública*. Es necesario, pues, tener en cuenta el papel político de los medios y su influjo directo sobre la esfera política. Como ha señalado J. L. Sánchez Noriega, los medios de comunicación describen la realidad susceptible de acción política, proporcionan las claves de interpretación de dicha realidad, contribuyen de modo

<sup>12</sup> La primera generación de la Escuela de Francfort acuñó el término “industria cultural” en la primera mitad del siglo XX para llamar la atención sobre la forma de producción y distribución de los “bienes culturales” (informaciones, opiniones, creaciones artísticas, espectáculos, diversiones...) en el capitalismo avanzado. Cf. J. A. Zamora, *La cultura como industria del consumo. Su crítica en la Escuela de Francfort*, Barcelona, Cristianisme i Justícia 2001. Para un análisis de los procesos de concentración mediática y los vínculos entre medios de comunicación y poder económico, cf. R. Reig, *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Barcelona, Paidós 1998; E. Bustamante, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Barcelona, Gedisa 1999.