

DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA: PARADOJAS DE LA LIBERTAD

Fermín BOUZA

Universidad Complutense de Madrid (España).

RESUMEN

El artículo analiza algunos aspectos de la comunicación política tomando como referencia las elecciones generales españolas de 1996, a fin de reflexionar sobre la eficacia de la Comunicación Política aplicada y sus riesgos en una sociedad democrática. Retórica y democracia van juntas por cuanto la retórica es el arte de la palabra y la palabra es consustancial a la democracia. El problema es que la palabra ha de entenderse hoy como el resultado de un uso científicamente programado de la comunicación que afecta profundamente el discurso clásico de la política.

SUMMARY

This article addresses some aspects of Political Communication by analyzing the Spanish general elections of 1996 as a point of reference. The text discusses the effectiveness and risks of applied Political Communication in a democratic society. Rhetoric, as the Art of Word, and democracy, based upon words, mingle in political life. The critical issue is to understand the way in which scientific tools strongly influence classical political discourse.

1. LA VUELTA DE LA RETÓRICA

Afortunadamente, no me dedico a la política activa. Y esto no es una proclama al uso contra políticos, sino un suspiro académico frente a las diversas cautelas que un político ha de tener ante temas como el que yo les propongo aquí y ahora: el análisis de la existencia de estrategias científicamente fundadas para obtener ventajas políticas de tipo retórico, en el sentido clásico del término. Estrategias, por tanto, que van más allá del uso del sentido común o de la intuición: estoy hablando de las posibilidades que ofrece el análisis de la comunicación política para plantear de manera científica dicha comunicación, mucho más allá también de las conocidas (y, en cierto modo, ingenuas) técnicas publicitarias de gestión de las campañas.

O dicho como quizá nunca lo diría un político: la cultura mediática en la que vivimos hace necesario un uso sistemático de la comunicación política fundada en datos científicos, y este uso sistemático podría entrar en contradicción significativa con la libertad o la autonomía de los ciudadanos. Esto, que es un tema eterno en la sociedad humana, alcanza hoy día una especial significación por la misma circunstancia citada: los medios de comunicación han creado una sociedad política nueva, en la que ellos, los medios, son protagonistas principales. Así, aunque el refina-

miento retórico está presente desde siempre en la vida política, nunca como hoy la astucia comunicativa ha tenido tales posibilidades de constituirse en una fuerza de poder en si misma.

La Retórica y la Democracia van juntas (es a la caída del régimen de los 30 tiranos, en la Grecia clásica, cuando la retórica florece, continuando la tradición sofística. Ver p.ej., Rodríguez Adrados, 1975; o Florescu, 1971¹), y van juntas porque la retórica es el arte de la palabra, y la palabra es consustancial a la democracia. Así de sencillo y así de complicado. Así de complicado porque la palabra ha de entenderse hoy como todo lo que tenga que ver con un uso científico, sistemático o sofisticado de la comunicación, y un uso de esta clase pasa por un encuentro importante de la política con los medios, que definen esa comunicación de una forma muy específica (ver p. ej. Bouza, 1998 a y b), hasta el punto de afectar a lo que podríamos llamar el discurso clásico de la política, introduciendo en él unas peculiaridades que modifican su antigua estructura y, probablemente, fuerzan cambios en su contenido, a modo de transformaciones ideológicas inducidas por esos cambios estructurales que los medios propician.

La serpiente y la mujer eran el símbolo de la dialéctica en la iconografía cristiano-medieval²: el símbolo, pues, de la palabra y la argumentación, y, como tales, eran la representación del diablo, de la obra del diablo. Y en esa línea van las imágenes de la Virgen pisando la cabeza de la serpiente, que era la tentación, pero también la palabra: la tentación de la palabra. Tardará un tiempo la Iglesia en recuperar la Retórica en el saco conjunto de las Artes Liberales, y la recupera, quizá, cuando su uso le era a ella misma necesario, en el momento en que el pensamiento se diversifica y hay que competir por el dominio de la argumentación: un mal necesario, probablemente.

Swanson, uno de los clásicos norteamericanos de la Comunicación Política, sitúa la continuidad/ruptura con la tradición clásica en los años cincuenta, con la

1. FLORESCU, Vasile (1971). p. 26: "Dove cercare allora la vera origine della retorica?. Evidentemente nella trasformazione strutturale delle *polis* operata dall'aristocrazia tribale. Questa trasformazione ha portato a nuove visioni del mondo, dell'uomo e dell'educazione: i sofisti ne sono i rappresentanti. Malgrado la sofistica abbia insite contraddizioni facilmente ravvisabili, non la si può separare dalla ascesa del *demos* di cui sul piano culturale è espressione (*aquí Florescu introduce una nota para recordar que diversos autores, como Corbato o Jaeger, insisten en el carácter oligárquico de clase de los sofistas y en la inaccesibilidad de sus lecciones para las clases populares. Retomaré yo esta cuestión en el cuerpo central del artículo, en relación con la cuestión de las élites y la comunicación*). Infatti, come osservava Henry WALD, 'la democrazia è favorevole alla retorica, mentre l'aristocrazia le è profondamente ostile. L'aristocrazia è *dogmatica*, in nessun modo retorica; *autoritaria*, non eristica; *apologetica*, non euristica; *sentenziosa*, non argomentativa; *uniformante*, non differenziatrice. Invero chi può costringere non ha bisogno di una tecnica della persuasione'..."

2. FLORESCU (*op. cit.*, p. 24) refiriéndose a San Basilio, lo resume así: "È il demonio che ha saputo condurre il genere umano a perdizione, e precisamente per mezzo della retorica e della dialettica ad esa affine, ottenendo preliminarmente l'adesione della donna e, per suo tramite, quella di Adamo. In questa concezione va cercata la chiave delle allegorie medievali che, per rappresentare la dialettica, hanno scelto un corpo di donna cinto da un serpente."

aparición de la Televisión como medio de masas y su conversión en fuente privilegiada de noticias³.

¿Es la Comunicación Política un mal necesario, una necesidad, un bien...?, ¿o se trata, quizá, sólo de una ciencia analítica al margen de los procesos políticos reales? Sea cual sea la contestación, lo cierto es que la misma existencia de esa ciencia pone en evidencia la necesidad de un estudio sistemático de la interacción política/medios de comunicación en el momento en que esos medios adquieren una fuerza impresionante como mediadores de la comunicación humana cara a cara, como mediadores que construyen la agenda temática que limita nuestro campo discursivo, porque más allá de la agenda propuesta por los medios subsiste un bloque temático que intuimos que pueda ser sustancial para derivar la reflexión política hacia cuestiones centrales del cambio vital y social que siempre han formado parte del sueño humano, y que así marginadas en las agendas, acaban por constituirse en utopías o ucronías no siempre buenas ni necesarias ni positivas: el límite de la agenda hace crecer un pensamiento marginal que históricamente ha adquirido sesgos sociopatológicos y favorecido la emergencia de retóricas no democráticas: voy a llamar a estas retóricas *sociopatologías del lenguaje político*.

Yo debo confesar que esta clase de cuestiones político-comunicacionales me parecen mucho más sustanciales y estimulantes que aquellos debates interminables sobre las diversas exégesis de Marx: finalmente, la batalla de la comunicación es la forma que hoy parece tomar lo que se llamó la lucha de clases⁴. ¿Estoy hablando en

3. SWANSON, David L. (1995), p. 3: "Durante más de dos milenios los pensadores han estado interesados en el papel de la comunicación en la política. *Retórica y Política* de Aristóteles, escritas en el siglo IV a. C., proporcionan un buen número de puntos de referencia para la ubicación del comienzo de estudios serios sobre política y comunicación...En la actualidad, los cambios más relevantes que han creado la relación entre la comunicación y la política en la segunda mitad del siglo veinte parecen corrientes y familiares a los ciudadanos de la mayoría de los estados democráticos. Entre los más importantes de estos acontecimientos están la aparición de la televisión como medio de comunicación de masas —quizás el más genuinamente 'masivo' de los medios— y su conversión en la principal fuente de noticias sobre política y gobierno para el público"

4. No sé si es imputable a Gramsci (aunque sí lo debe ser en la versión británica aquí citada ahora —no anglosajona en general, desde luego—) este giro que CURRAN —buen conocedor del tema— anuncia en el párrafo que cito ahora, aunque hay muchos precedentes sociológicos (Weber, sin duda) al respecto que sin duda han leído muchos investigadores: "Este ataque fue anticipado en la reformulación de una teoría sobre los medios de comunicación y la sociedad influida por GRAMSCI (1971, 1985). Esta reformulación implicaba un replanteamiento del antiguo paradigma radical. La clase dirigente fue reconceptualizada como una alianza cambiante —y con frecuencia precaria— de distintos estratos sociales. La ideología dominante fue redefinida como un "campo" de discursos dominantes, una inestable constelación de ideas y temas que en cualquier momento era susceptible de desagregarse en sus elementos constitutivos. **Los medios de comunicación se interpretaron como el lugar de la contienda entre las fuerzas sociales en competencia, en lugar de verse como un conducto para las ideas de la clase dirigente.** A pesar de que seguía considerándose que los medios estaban sesgados a favor de los intereses dominantes, se asignó implícitamente un papel más estratégico a la empresa informativa como resultado del nuevo énfasis en la fragilidad de las alianzas sociales, la inestabilidad de las formaciones ideológicas y la efervescente resistencia desde abajo." CURRAN, James (1998), p. 391.

serio? Me sorprende a mí mismo diciendo estas cosas tan continuistas con respecto a aquel discurso histórico, pero creo que hay en mí una voluntad no muy consciente de enlazar con todo aquello y facilitar una cabeza de puente con la realidad a algunos de los más recalcitrantes analistas de un tiempo que se nos fue. Pero algo era cierto: si el lenguaje no es la casa del Ser (creo que fue Heidegger el que dijo algo así) al menos es una habitación realquilada con derecho a cocina, entendiendo Ser, en este caso, más allá de la aristocracia metafísica de los conceptos, como cualquier variable realmente operativa en el sistema expresivo como clase, cultura, etc. Y parece que asistimos a unos cambios lingüístico-discursivos (*narrativos*, más adelante lo tocaré) en la comunicación pública que podrían explicar en sí mismos, bien analizados e interpretados, el cambio social (*¿la lucha de clases?: habría que hablar de esto desde la comunicación política*).

Los lingüistas de tradición clásica le llamaron “estratificación lingüística” o “estratificación social (Maillet) del lenguaje”, y se referían a algo obvio: la diversidad de usos y modos expresivos en el interior de una misma lengua y de una misma ciudad. Y hablaron de dialectos, idiolectos y jergas. Y todos lo entendimos. Análisis fundados sobre estas diferencias intra e inter lingüísticas desencadenaron investigaciones muy interesantes y productivas sobre temas como el relativismo lingüístico o el determinismo lingüístico, contrapunteadas con la búsqueda de universales lingüísticos y de otras clases, en un rastreo sistemático de identidades y diferencias culturales. Un cierto platonismo conceptual a la busca de esencias universales contrabalanceó aquella marea relativista. Y lo cierto es que de todo hay, elementos o mecanismos productivos (de lengua, de cultura, ...) universales y elementos muy localmente definidos. Y todo esto es *sólo* un problema empírico: puede resolverse con comprobaciones de esa clase. Y en esto me siento muy relativista, o quizá poco metafísico, y me identifico en alguna medida con la figura del *ironista* de que habla Rorty⁵, siempre manteniendo la creencia en el progreso científico, cuestión ésta perfectamente falsable.

Todo esto viene a cuento para resituar a la nueva retórica de los medios (v. Bouza, 1998 b) en un marco analítico que no pierda el recuerdo de las viejas batallas verbales alrededor del concepto de clase, entre otros interesantes conceptos, que deben, bien usados o traducidos (“traducidos” en un sentido de traslación de un contexto de uso —marxismo decimonónico en sentido estricto, no valorativo— a otro —análisis de los medios en las sociedades avanzadas del siglo XXI—) servir para aclarar algunas cosas en la selva de los análisis mediáticos, un mundo éste poblado de toda clase de investigadores, y en el que ocupa un lugar por derecho propio el moralista reaccionario que quiere que no le veamos las piernas a

5. RORTY, Richard (1991), pp. 92-93: “Los metafísicos creen...que ahí afuera, en el mundo, hay esencias reales que es nuestro deber conocer y que están dispuestas a auxiliarnos en el descubrimiento de ellas mismas. No creen que sea posible hacer que una cosa aparezca como buena o mala describiéndola o, si lo creen, lamentan ese hecho y se aferran a la idea de que la realidad nos ayudará a resistir a tales tentaciones...El ironista, en cambio, es nominalista e historicista. Piensa que nada tiene una naturaleza intrínseca, una esencia real.”

las chicas o que los niños no vean las películas de Tom y Jerry, porque son muy agresivas. Esta clase de sujetos deben animarnos a seguir en la brecha, no vaya a ser que la gente vaya dándoles la razón (y síntomas hay de esto en varios países).

Un clásico de la sociolingüística de los 60, Ferruccio Rossi Landi decía (en el marco de su comparación generalizada entre economía y lengua —trabajo, capital, etc.—⁶) que “Los hombres no cumplen transacciones *en* la lengua, sino *por medio de ella*...Si, como yo pienso, la lengua tiene un carácter homólogo al del capital o patrimonio constante, el mercado tendrá un carácter homólogo al de la comunidad lingüística en cuanto operante, vista en sus productos típicos, es decir, en los *mensajes* que circulan en la misma y que circulando hacen de ella lo que es. Son los mensajes, no las palabras, los que corresponden a las mercaderías.” (Rossi Landi, 1970, p. 155). Estas traslaciones conceptuales de un contexto científico a otro no deben tomarse muy en serio, apenas como metáforas mejor o peor usadas, y quizá ni siquiera son necesarias. Pero en este caso quizá fuera bueno usar esos conceptos metafóricos para recordar que los discursos y mensajes políticos constituyen mercaderías en el sentido de que *pueden ser adquiridos* (hechos suyos) en el mercado político por los ciudadanos, quizá con el mismo escepticismo con el que compramos cualquier otra cosa en el supermercado. Y haciéndolos suyos asumen una *tradicción expresiva*⁷ (uso de un léxico peculiar, un énfasis específico, unas argumentaciones, unos modos o una retórica, y hasta un diccionario semántico, entre otras bagatelas). Una tradición expresiva es una tradición de clase sólo en el sentido en el que un lingüista podría diferenciar estructuras o estratos sociales expresivos en el análisis de los discursos políticos. Un uso, pues, de ese concepto (*clase*) estrictamente empírico y desligado, de momento y a ciertos efectos, del marco histórico-ideológico que le dio potencia explicativa en los discursos históricos de la izquierda. El carácter de clase de un discurso político no es así asimilable a una posición política: puede haber discursos de derecha y de extrema derecha (sociopatologías del lenguaje en algunos casos) con una expresión muy popular (el discurso que acostumbramos a llamar *populista*) y discursos de izquierda extremadamente aristocráticos en su expresión. De momento, sólo voy a usar el concepto de esta forma sociológicamente neutral, lo que no quiere decir que no se puede usar también, y con rigor, en su forma más histórica.

6. ROSSI LANDI, Ferruccio (1970: 1968 ed.or.), pp. 12-13: “De la comprobación de que las palabras y los mensajes no existen en forma natural, porque son producidos por los hombres, se llega inmediatamente a la conclusión de que también ellos son productos del trabajo. Es en este sentido que puede comenzarse a hablar de *trabajo humano lingüístico*. La expresión tiene el valor de poner este tipo de trabajo ‘manipulativo’ o ‘transformativo’ con el que se producen los objetos físicos. De tal manera, el trabajo lingüístico y el no lingüístico, como especies arbitrariamente separadas en general, son llevados nuevamente a la clase a la que pertenecen con iguales derechos.”

7. La adquisición de una tradición expresiva debe ser la asimilación de pautas de conducta verbal que implican a su vez pautas de pensamiento, y viceversa: una revolución cognitiva que puede identificarse a veces con la adquisición de una *ideología*, pero no siempre, porque la mayor parte de los cambios expresivos van ligados a ciclos vitales, profesionales, ciclos de la vida cotidiana que entrañan una reorganización de los datos del conocimiento y de la expresión.

Y en este sentido, el análisis formal de los discursos políticos podría incluir las *retóricas de clase en sentido histórico* en tipologías complejas de clasificación de esos discursos, en las que se cruzarían las marcas políticas derecha/izquierda para matizar tipos de discurso en los que esa mezcla es su marca. De hecho, esto es lo más frecuente: lo que caracteriza al discurso político contemporáneo es una cierta tendencia hacia la *uniformidad formal y de contenido*, y esa uniformidad se hace en un discurso mezclado de cosas históricamente discernibles como derecha/izquierda, pero que hoy conviven en el discurso común con naturalidad. Lo que caracteriza a los discursos extremos de derecha o izquierda es la conservación del discurso clásico o discernible.

Hay elementos exteriores muy potentes (exteriores a los medios de comunicación) que han forzado esa uniformidad: la potencia de las clases medias y la necesidad de contar con ellas para ganar elecciones en un marco democrático, pero también una igualación social en el marco, sin embargo, de los procesos complejos y discutibles de *dualización* social. Pero hay también muchos estímulos procedentes de los mismos medios que han forzado y fuerzan esa uniformidad discursiva desde la perspectiva de *un discurso aceptable por la retórica específica de los medios de comunicación*. Y es a estos últimos estímulos a los que me voy a referir aquí preferentemente ⁸.

Cuando rotulé esta parte del artículo como *la vuelta de la Retórica* estaba pensando en estas últimas cuestiones mediáticas, más que en las causas externas al sistema de comunicación. En otro artículo mío al que me he referido ya varias veces, y al que debo seguirme refiriendo para no repetir innecesariamente o de otra manera lo ya dicho o recogido allí⁹, recojo algunas reglas concretas del discurso

8. SWANSON (*op. cit.*, pp. 13-14): "...los intereses institucionales de la mayoría de las organizaciones informativas en mantener y ampliar sus audiencias, con frecuencia conduce a formas de informar que están pensadas para hacer las noticias más interesantes y atractivas para las audiencias, gran parte de las cuales en muchos países no tiene ningún interés especial en seguir en detalle el día-día de las actividades del gobierno y de los políticos. Así que, es bastante común ver las noticias construidas de manera que haga que el gobierno y los políticos sean más interesantes para la audiencia. Las formas usadas más frecuentemente de hacer las noticias más interesantes para el público incluyen lo siguiente: enfatizar dramas y conflictos; concentrarse en acontecimientos concretos y no en ideas abstractas; personalizar las noticias presentando a personas concretas en representación de ideas y otras fuerzas impersonales que por ellas mismas son difíciles de visualizar; reducir asuntos complejos a unas simples historias con moraleja"

9. BOUZA, Fermín (1998 b). *Selección de párrafos*: "Se han descrito como *factores de noticia* (W. SCHULZ; ver DONSBACH, en MUÑOZ-ALONSO y ROSPIR, 1995) que incrementarán las posibilidades de publicación de una noticia y su tratamiento jerárquico, la *sorpresa*, la *tematización*, la *personalización* y el *negativismo*. También me parece muy interesante el tipo de reglas que propone Silvia TABACHNIK (1992), dentro de la bibliografía hispana sobre comunicación política: la *regla de la volubilidad*, la *regla de la equivalencia*, la *regla de focalización de lo minúsculo* y la *regla de amnistía temática*. Volveré sobre todo esto, que no es otra cosa que un intento de descripción de esa *nueva retórica política fundada en la nueva comunicación* (en particular, la comunicación en TV, pero también el resto de modos comunicacionales de masas)... Estas cuatro marcas retóricas (*sorpresa*, *personalización*, *negativismo* y *tematización*) definen un discurso político, en el caso más extremo de asimilación de

mediático-político. Las diversas reglas allí citadas, y que reproduzco sintéticamente en la nota 8, son apenas observaciones de hechos que podrían ser sistematizados en una retórica de la comunicación política enfocada desde esa perspectiva específica de la observación de los procesos de determinación de la política por los medios. A este análisis me refería también cuando encabezaba este apartado como *vuelta de la Retórica*. Toda retórica, sin embargo, se encuadra en un proceso narrativo, también sometido a la misma génesis persuasiva. La narración, a su vez, extiende su objetivo más allá de los puros procesos persuasivos o de cambios de actitudes: afecta a los esquemas y guiones cognitivos de los receptores (definiciones de las cosas y modos de conocimiento y acción), y modifica así sus definiciones de la situación y de la realidad. O, dicho en términos electorales: ganar la batalla de la agenda (*agenda setting*) o llevar la iniciativa temática no significa nada o casi nada si no se encuadra la agenda propuesta en una narración eficaz. Y esto es muy frecuente. Voy con lo narrativo:

2. NARRACIÓN, TRANSMISIÓN Y CONTROL SOCIAL: ANÁLISIS DE UN ESQUEMA ANALÍTICO

Los relatos o narraciones partidarias (una *tradición expresiva*) sobre los acontecimientos del mundo exterior (la comunicación política) son instrucciones explícitas e/o implícitas sobre el conocimiento de ese mundo, así como instrucciones de conducta política (de voto, sobre todo). En este sentido, la función del lenguaje partidario (como la de todo lenguaje) es instructiva en sentido amplio, pero la comunicación política ha de ser aún más intencional, más clara y más didáctica en cuanto a la transmisión de un *esquema analítico*, lo que pudiéramos llamar un conjunto de conceptos y unas instrucciones para su uso: un modelo narrativo y unas interpretaciones: toda ideología transmite, con mayor o menor rigor y eficacia, un esquema analítico así, pero el discurso político contemporáneo, algo más leve ideológicamente, y más pragmático, concentra en ese esquema analítico más instrucciones analíticas relativas al instante y a la vida cotidiana que instrucciones

estas marcas, de *tipo periodístico* en el sentido también extremo de la expresión: un discurso permanentemente nuevo o llamativo o sorprendente, centrado sobre personas, muy destructivo, y ceñido a los intereses temáticos de los grupos mediáticos... (*Y sobre las reglas de Silvia Tabachnik*): *Volubilidad*: es más periodística la variación que la profundización, ergo: el discurso político ha de sacrificarla (la profundización) en beneficio de la *levedad temática*. *Equivalencia*: la política no puede tener la pretensión de estar por encima de otras cosas (no es, pues, el interés general de la *polis*), ergo: el discurso político ha de dejar la pretensión de instruir desde la ejemplaridad en beneficio de la *igualdad temática*. *Minusculización o focalización de lo minúsculo*: el interés puede estar en el detalle, en la anécdota, ergo: el discurso político ha de sacrificar la trascendencia universalizante (la ideología, realmente) en beneficio del *interés de la anécdota*. *Amnistía temática*: no hay tabúes intratables (de alguna manera) y el discurso político debe aceptar esto en beneficio del *pronunciamiento sobre todas las cosas* (que es una forma de *amenidad* política)."

propriadamente ideológicas: estamos ante *esquemas analíticos muy inmediatos y poco ideológicos*¹⁰ contruidos generalmente desde el sentido común partidario (parte de la cultura del grupo), y que a veces son grandes aciertos comunicativos y otras veces no consiguen más que incrementar la distancia del grupo con la realidad y con la población. Pero el interés de un grupo político (o de otro tipo) no es siempre conseguir una buena comunicación, como ingenuamente suponemos. Hay intereses más potentes: cuando reprochamos a un partido su mala comunicación política estamos, con frecuencia, ignorando intereses que vamos a llamar *marginales* y que tienen que ver con otras cosas del tipo “cohesión interior”, “relaciones interiores de poder”, en fin: intereses de individuos como superiores a los intereses grupales, o intereses selectivos de diversa (muy diversa, realmente) índole frente a intereses colectivos.¹¹

10. Y se podrían integrar aquí algunas reflexiones posmodernas sobre las ideologías y los grandes relatos, pero no quisiera usar los mismos conceptos de tales discursos (para mantenerme, al menos parcialmente, dentro de mi *tradición expresiva* en las ciencias sociales, y quizá también para mantener mi estatus de ironista rortyano ante conceptos y modos en los que creo poco, apenas lo suficiente para atenderlos en lo que creo que son ideas de interés, a las que a veces hay que buscar con candil entre una selva de opacidades y pedantemas) por más que tengan cosas de mucho interés que pueden traducirse a un lenguaje más claro. En todo caso, es coherente el planteamiento de Lyotard que a continuación se resume (por un especialista en estas narrativas en las que voy entrando, a cuyo reciente *reading* volveré a referirme más adelante) con el hecho observable desde la sociología de que **un proceso limitado geográficamente de emergencia masiva de clases medias es paralelo a un proceso de decadencia de las grandes filosofías políticas de la modernidad**. Y cito, a modo de referencia sintética, un párrafo didáctico y significativo (de ese *reading* reciente y muy estimulante del que haré diversas citas de interés): (MUMBY, Dennis., 1997, pp. 13-14): “En el marco epistemológico, el concepto de narrativa surgió como una forma de impugnar las premisas fundacionales en las que se apoya la mayor parte de la producción de conocimiento. Hoy la expresión más conocida de esta impugnación es la de LYOTARD en *La condición posmoderna* (1984). Escrito como un trabajo sobre el estatuto del conocimiento en la época de la información y del posindustrialismo, allí se sostiene que la ciencia no consiste en un simple cuerpo neutral de pretensiones de conocimiento sobre el mundo sino que más bien ‘produce un discurso de legitimación con respecto a su propio estatuto, un discurso llamado filosofía’ (p. xxiii). LYOTARD utiliza el término *moderno* para designar cualquier ciencia que se legitime a sí misma con relación a un metadiscurso apelando explícitamente a alguna gran narrativa, como la dialéctica del Espíritu, la hermenéutica del sentido, la emancipación del sujeto racional o trabajador, o a la creación de riquezas’ (1984, p. xxiii). Sin embargo, para LYOTARD ‘la gran narrativa ha perdido credibilidad, más allá del modo de unificación que utilice, más allá de si se trata de una narrativa especulativa o de una narrativa de emancipación’ (1984, p. 37). En ese sentido, el advenimiento de una sensibilidad posmoderna exige una aproximación diferente a la legitimación a través de la narrativa. LYOTARD sostiene, en este sentido que lo posmoderno supone ‘incredulidad con respecto a las metanarrativas’ (1984, p. xxiv) y concibe el conocimiento como paralógico: es decir, como una búsqueda y creación de inestabilidades en las concepciones dominantes del mundo. El pensamiento posmoderno, por lo tanto, consiste en *petit récites* que desafían de manera constante la estabilidad del pensamiento recibido”. Si sustituimos ciencia por política, cosa que es perfectamente posible, un proceso similar va imponiendo en la narración política **un discurso de alcance muy limitado, muy concreto, muy inmediato, que frecuentemente cuestiona sus fuentes históricas**. A esto me refiero.

11. Ludolfo PARAMIO (1998, p. 16), desde sus paradigmas tradicionales (elección racional, teoría de juegos...) escribió recientemente un artículo en *El País (Intereses primarios)* con su peculiar estilo didáctico, irónico y sintético, en el que tocaba estos temas: “...¿Por qué un sector del laborismo

En otro sentido y retomando el hilo central de lo que vengo exponiendo, un cierto éxito político parece ir unido a la eficacia de los esquemas analíticos partidarios, al menos en ciertas circunstancias. Durante un tiempo (que sigue, en parte), un esquema analítico como el que ahora voy a citar, tuvo una gran vigencia y ayudó a ganar (también a perder, matizaré esto) elecciones a una derecha que carecía de esquemas analíticos claros después del gran fiasco que fue el final de UCD y el estancamiento tanto de AP primero como del PP después. Carecer de esquemas analíticos claros quiere decir, sustancialmente y sin entrar ahora en detalles, que, de alguna manera, la conexión entre el sistema complejo¹² general a partir del cual se genera un esquema analítico (**Sistema de ideas políticas ↔ sistemas socioculturales** ⇒ *esquemas analíticos*) y los esquemas analíticos usados no funciona eficientemente, bien a causa de la impropiedad ideológica o de la ineficacia esquemática de su transmisión, o cualquier otra variante de la ineficiencia.

Para ordenar un esquema analítico voy a usar algunos conceptos inteligibles o claros, espero. El esquema a que me refiero es perfectamente reconocible y aceptable para una mayoría de observadores y sería, simplificado al máximo (que es como se usó en campaña: artículos, mítines, etc.) más o menos así:

“El PP es una derecha centrada que va a liberar al contribuyente del peso insostenible de una presión fiscal propia de un estatalismo periclitado, y que va a reintroducir la honradez en la vida política. El PSOE es un partido con un alto grado de corrupción, con una idea de la economía y del estado que no hace más que acrecentar el paro, y que está dirigido por un personaje cesarista cuya ideología, en todo caso, ya no es el viejo (y también periclitado, pero honrado) socialismo de Pablo Iglesias, sino un “felipismo” autoritario e ineficaz que está llevando al país al desastre.”

Este podría ser un esquema analítico prototípico con que el PP y sus amplios soportes mediáticos¹³ han insistido en los últimos años (en estos momentos, cuando

llevó su autoengaño al extremo del cuasi suicidio electoral? En un libro de aplicaciones de la teoría de juegos a la política comparada, publicado en 1990, se ofreció una interpretación simple de esta conducta aparentemente irracional: los dirigentes laboristas locales estaban tratando de reafirmar su poder en el partido a expensas del grupo parlamentario. Su autoengaño no les perjudicaba a ellos, sino al propio grupo parlamentario, que veía reducirse sustancialmente su fuerza y sus recursos con las derrotas, mientras las organizaciones locales sólo pagaban un coste menor por ellas, y en cambio mostraban a la dirección nacional la necesidad de tomarlas en cuenta.”

12. Sobre estos sistemas véase este texto de Teun A. VAN DIJK: “...podemos distinguir ‘órdenes del discurso’ estructurales, es decir, *sistemas* complejos, sociales, políticos y culturales del texto y del habla. Estos sistemas abarcan, por ejemplo, estructuras temáticas o tópicos recurrentes o preferenciales, inventarios léxicos, esquemas de texto convencionales o **estrategias estilísticas o retóricas de grupos, de organizaciones (s.m)** o de culturas enteras. Y estos órdenes sociales de prácticas discursivas de nivel más alto se complementan a su vez con **un alto nivel de cogniciones sociales socialmente compartidas (s.m)**, como las normas, los valores y las ideologías de estas formaciones sociales.” (en MUMBY, Dennis (comp.) (1997), p. 165.

13. Y la importancia de los periodistas (o, en general, de los que escriben en los periódicos o colaboran en radio o televisión) es creciente en los procesos de *fijación narrativa del esquema*

escribo esto, a la mitad del mes de agosto de 1998, parece estarse produciendo un giro en el esquema básico, en el que se introducen correcciones aún no muy precisas, pero que hay que seguir con interés porque pudieran significar un cambio importante). Y este esquema ha sido parcialmente eficaz en el marco o contexto de la situación política, social y económica de los últimos años (en particular, de 1993 a 1996). A efectos analíticos lo vamos a categorizar (*Indexing*) por párrafos unitarios y analizables (*Texts units*) a través de conceptos o índices claros (me ciño, muy en general, a los modos de ordenar del programa cualitativo *q.s.r. nud.ist*, proyecto propio pleapp):

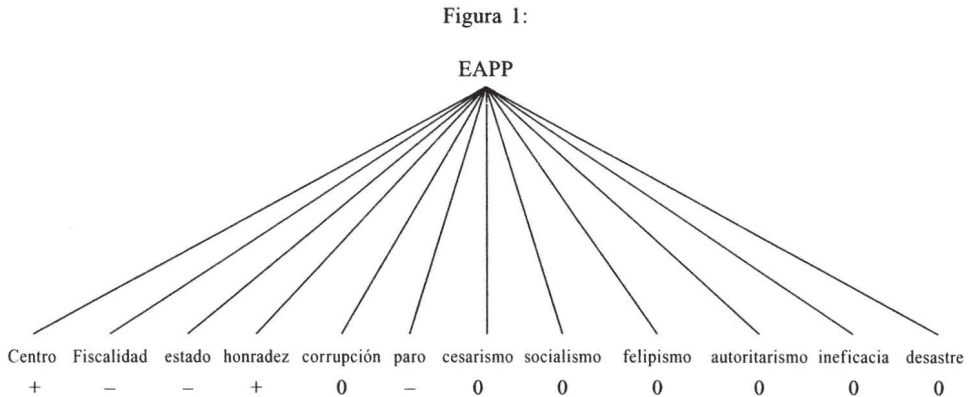
- 1.—“El PP es una derecha centrada
- 2.—que va a liberar al contribuyente del peso insoportable de una presión fiscal
- 3.—propia de un estatalismo periclitado,
- 4.—y que va a reintroducir la honradez en la vida política.
- 5.—El PSOE es un partido con un alto grado de corrupción,
- 6.—con una idea de la economía y del estado que no hace más que acrecentar el paro,
- 7.—y que está dirigido por un personaje cesarista
- 8.—cuya ideología, en todo caso, ya no es el viejo (y también periclitado, pero honrado) socialismo de Pablo Iglesias,
- 9.—sino un “felipismo”
- 10.—autoritario
- 11.—e ineficaz
- 12.—que está llevando al país al desastre.”

analítico (al punto de que a veces ese afán por fijar el esquema hace irrelevante al narrador, que se limita a poner su firma en un único artículo colectivo que se repite durante meses y meses, machaconamente: véanse los artículos y editoriales del periódico *El Mundo* o del *ABC* durante el período 93-96). Y vuelvo a la compilación de MUMBY, ahora en un interesante apartado (“narrativa, autoridad y legitimación retórica”) de un artículo (ZELIZER, Barbie, en MUMBY, ob. cit, pp. 248-9) sobre narrativa periodística: “La importancia de la legitimación periodística a través de la retórica está especialmente arraigada en una época de medios masivos, en que las tecnologías mediáticas han expandido el espectro y el tipo de los escenarios que estaban a disposición de los periodistas en tanto voceros públicos (...). Esto sugiere que los fundamentos de la autoridad cultural están insertos en la narrativa. A través de esta, los periodistas no sólo se han mantenido juntos por su profesión (...) sino como una **comunidad interpretativa** (s.m): un grupo que mantiene su cohesión a través de sus narrativas, sus relatos y su retórica colectiva. Las narrativas periodísticas, en este cuadro, proporcionan a los analistas un ejemplo de lo que James CAREY llama el aspecto ‘ritual’ de la comunicación: el modelo de actividad que reúne a los miembros de una comunidad en una mancomunidad y comunidad, el material que los miembros del grupo utilizan para mantenerse unidos (CAREY, 1975). La noción de que la narrativa promueve una **erudición compartida** entre los periodistas se convierte así en un núcleo que permite comprender el funcionamiento de su legitimación retórica como grupo. Manifiesta cómo trabajan para legitimar sus acciones a través de los relatos que se encargan de narrar.”

Cada uno de estos párrafos está centrado esencialmente en una *cuestión*, un *pronunciamiento* y un *análisis* mínimo (más o menos explícito: *argumentos contextuales* (AC) o bien *argumentos explícitos* (AE). También *argumentos mixtos* (AMX), que en mayor o menor grado lo son todos, realmente).

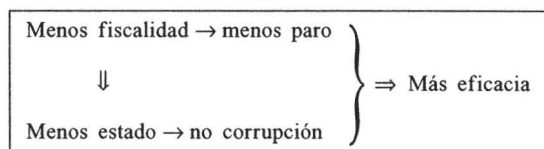
- (1) /autoubicación→CENTRO→AC (no cesarismo/autoritarismo)
- (2) /fiscalidad→MÁS BAJA→AE (“estatalismo periclitado”)
- (3) /estado→MENOS→AE (*supra* —2— y “una idea del estado...”)
- (4) /honradez→MÁS→AE (“reintroducir la honradez...”)
- (5) /corrupción→ACABAR→AE (“PSOE: corrupción”)
- (6) /paro→MENOS→AE (“una idea de la economía y del estado”)
- (7) /cesarismo→NO→AMX (“personaje cesarista”)
- (8) /Socialismo→NO→AE (“periclitado”)
- (9) /felipismo→NO→AC (“honradez=Pablo Iglesias”)
- (10) /autoritarismo→NO→AMX (Cesarismo, estado,...)
- (11) /ineficacia→NO→AE (Todo el esquema)
- (12) /desastre→NO→AE (Todo el esquema)

Si trazamos el árbol de desarrollo conceptual del esquema, lo veríamos así:



Se trata de un esquema analítico **fuertemente atributivo**, en el que las atribuciones negativas hacia el PSOE y, por tanto, positivas hacia el PP son claras: menos fiscalidad, menos paro, no corrupción, menos estado, más eficacia. Es un esquema sencillo y coherente que resume muy bien las fórmulas electorales del PP:

Figura 2:



Se entiende por *modelo de contexto* (modelo narrativo)¹⁴ al modelo que ajusta la transmisión de una narración al *tipo de audiencia* y de situación de comunicación en general. Un esquema analítico dispone de multitud de modelos de contexto ensayados y conocidos: profundos artículos académicos sobre la situación política escritos por prestigiosos opinantes, mítines caseros para públicos fervorosos, agudos artículos de opinión, sentidas intervenciones públicas a través de la radio o la televisión, spots, cuñas, carteles, tertulias radiofónicas, y toda la panoplia instrumental del *homo loquax* político, auténtico pastor del *homo videns* (y tendré que debatir más adelante con Giovanni Sartori, siempre sugerente, sobre otros temas conexos a éste, a la espera de poder hacerlo también sobre los de ese libro), aunque irregularmente atendido por el *homo ludens*, cuya idea de lo político es, con frecuencia, irremediabilmente pesimista y/o radicalmente funcional.

El esquema analítico del PP, que responde a un modelo narrativo muy dramático, quizá muy hispano, sirvió, en su sencillez y claridad, para reagrupar fuerzas de la derecha tradicional y agregar bastantes votantes de centro, clases medias urbanas, sobre todo. Y sirvió, principalmente, para **re-crear a la derecha** que se había quedado sin organización y sin voz a partir de la crisis de UCD y del imposible intento de AP. Esa serie de unidades pedagógicas dentro del esquema fueron asumidas por una masa considerable de personas para hacer su propio esquema analítico e introducir en él algunas variantes personales, de grupo o de clase. Los resultados electorales mostraron un moderado descenso absoluto y relativo del PSOE, pero también mostraron las dificultades de este partido (que aún duran) para generar un esquema analítico (una narración) acorde con los acontecimientos ocurridos en los últimos años¹⁵.

14. "...hay un tipo de modelo mental especial: aquel que representa la situación de comunicación (y por lo tanto al que narra la historia, al público, etc). Este *modelo de contexto*, por supuesto, regulará lo que el narrador transmita del modelo de evento (**en virtud de las supuestas expectativas o intereses de la audiencia**) (s.m)." VAN DIJK, *op. cit.*, p. 168.

15. Aunque quería ceñirme sólo al análisis del esquema del PP, y dejar para otro trabajo al PSOE, quiero dejar apuntado un hecho que me parece central en las dificultades de este último partido para fijar un esquema analítico básico (o dicho de otra forma: para mejorar su errática comunicación política de los últimos años). Se trata de la **complejidad narrativa** que ha ido adquiriendo la concreción del esquema socialdemócrata en cierto tipo de contextos en los que la llamada *crisis del estado de bienestar* ha dificultado y dificulta una narración diferenciada de la de la derecha, al tiempo que un exceso de diferencia en el interior del PSOE incrementa esa complejidad para componer un esquema claro, sencillo y creíble, capaz de competir con la derecha, tanto más cuanto que ésta parece haber emprendido un camino nuevo, aún inconcreto, pero que apunta hacia espacios políticos algo más de centro. La complejidad del modelo narrativo del PSOE (y de la izquierda en general) deriva de estas y otras cuestiones. Pero en el plano estrictamente teórico, no es fácil atender a los requerimientos de liberalización del estado y mantener el mensaje aparentemente contradictorio de la defensa de las llamadas *conquistas sociales*: requiere un especial tratamiento narrativo ese *nuevo lugar de la izquierda* que la población aún no ha entendido, a pesar de que el voto fiel es potente y la volatilidad no muy amenazante. Sin embargo, esa franja central de las escalas de autoubicación quizá no acabe de entender qué ventajas pueda tener el votar al PSOE frente al PP, pues ambos partidos le parece que realizan políticas similares en temas conflictivos, tanto económicos como

Pero el esquema del PP no fue un buen esquema analítico en el sentido en que contenía errores cognitivos (de percepción y conocimiento de la situación real del votante, mucho más indeciso de lo que el esquema supone), y por eso estuvo a punto de costarle una derrota electoral: fue insuficiente y erróneo en una medida en que casi no sirvió para ganar en una situación muy favorable para hacerlo (su virtud, que no fue poca, consistió en agrupar votos desde un mensaje claro y pedagógico...hacia el endogrupo, pero éste fue también su defecto) a pesar de algunos aciertos básicos. ¿Porqué?

Evidentemente, no sólo el esquema interviene en la captación de votos, pero el esquema es sustancial y puede acudir en ayuda de otros fallos comunicativos. Un esquema como el del PP contiene un ataque tan radical y frontal (con auténtico carácter de cerco) a su adversario, que tiene como efecto secundario rehacer solidaridades y contribuir a fijar al adversario al terreno (con el consiguiente reagrupamiento de fuerzas, militancias, simpatías, votos...), y esto, que militarmente tiene (a veces) muchas ventajas, electoralmente presenta algunos problemas, el más importante de los cuales puede ser ese citado: se refuerza la fidelidad de voto al adversario, al que acuden en ayuda votos que, con un esquema más amplio ideológicamente, y más suave en el tratamiento, hubieran podido engrosar la abstención o el voto propio. De hecho, con muy poca menos abstención de la que hubo (quizá con 2 puntos menos), el PSOE hubiera ganado las elecciones.

Pero no es despreciable la virtud que tuvo ese esquema y, de algún modo, quizá hubiera sido peor a medio plazo un esquema más suave que no hubiera permitido una identificación tan clara del voto propio: son elecciones estratégicas que hay que hacer y en las que no siempre se acierta, o en las que los aciertos pueden generar errores a medio plazo, y los errores pueden generar aciertos. Así de complicada es la comunicación política práctica o las estrategias persuasivas que se apoyan en análisis científicos y cálculos racionales, aunque es muy dudoso que ese esquema analítico del PP se apoyara en auténticos análisis de comunicación política que, sin duda, lo hubieran mejorado en cualquiera de las versiones elegidas.¹⁶

políticos. Y en esas condiciones, es difícil generar entusiasmo y arrastre de voto: es difícil componer un esquema cierto, válido y eficaz. En otros contextos, sin embargo, el esquema clásico socialdemócrata, combinado con la atención a necesidades locales específicas, funciona bien todavía (ascenso del BNG en Galicia). Quizá lo que aquí llamo “necesidades locales específicas” sea la clave de algo nuevo y fundamental para la izquierda en general y para la socialdemocracia (también para el social liberalismo): desde abrir los ojos más radicalmente a temas como la destrucción del medio ambiente, impulsar la creación de pequeñas empresas (más información sobre ello, créditos blandos), defender las culturas locales del acoso uniformador, redefinir algunas funciones de la Banca hacia un mejor aprovechamiento de recursos generados por el ahorro popular y, en general, generar una conciencia inexistente sobre necesidades y recursos colectivos que pueda convencer a un amplio número de ciudadanos del centro a la izquierda frente a la dinámica avasalladora del crecimiento desigual y descohesionador. No es fácil.

16. Muy sintéticamente explico lo que considero un camino más adecuado para construir esquemas analíticos desde los análisis cognitivos (BOUZA, 1998 a, p. 57): “Es muy arriesgado y, en mi criterio, no muy eficaz, apoyarse analíticamente y en exclusiva en teorías ideales de conducta de tipo

3. AUTONOMÍA VERSUS HETERONOMÍA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Así titula Giovanni Sartori¹⁷ un apartado muy especial de uno de sus excelentes libros, en el que se dicen cosas sobre la Opinión Pública (texto en la nota) tan llamativas e inaceptables, en mi criterio, como aquellas otras, muy parecidas, de Habermas en su *Estructura y crítica de la Opinión Pública*, cosas como exigir, para que exista opinión pública, ciertas condiciones ideales, porque si no es así sólo se trata de algo muy secundario o trivial, *en el sentido banal de que una opinión es pública porque está ubicada en el público* (Sartori, ver nota). La costumbre de funcionar científicamente de forma excesiva con la metodología de tipos ideales lleva a esta banalización o infraestima de lo real, y parece que lo que la gente realmente piensa o expresa sólo tiene relevancia en las condiciones ideales que le marca el observador. Supongo que esta forma de trabajar tiene que ver con la excesiva presencia de la perspectiva jurídica en muchos estudios politológicos, y es comprensible desde esa perspectiva original de trabajo, pero para un científico social de formación moderadamente observacional (¿empírica?) esta clase de juris-

racional (*rational choice*) o irracional (psicoanálisis y similares), que limitan el análisis y lo llenan de excesivos prejuicios sobre la conducta humana. Es mucho más eficaz y desvelador el oficio de escuchar, sin más apriorismos de los estrictamente necesarios, y aprender a encajar los discursos en modelos de proceso para la decisión, modelos que serán contrastados con los hechos. Si postulamos que 'la comprensión se basa en lo que llamaré procesamiento primario, el cual, para una entrada dada, encuentra una estructura de datos con la que dicha entrada mantiene la relación más fuerte, e interpreta los objetos nuevos basándose en esa estructura hasta que se hace necesario emplear otra nueva' (SANFORD, A. J., 1990, p. 51), si postulamos esto partiendo de que 'la interpretación es el acto de relacionar una entrada nueva de información con lo que ya se conoce' (SANFORD, *op. cit.*, p. 46), entonces estamos entendiendo el modelo de proceso en función del concepto *información*, y la comunicación política como ciencia y como práctica tiene como uno de sus objetivos importantes el conocer ese encuentro entre información nueva (p. ej., la que se recibe en una campaña, o la que da un determinado medio de comunicación) y la información conocida. El factor información conocida' puede conocerse con aproximación suficiente para los diversos segmentos sociales, pero el encuentro de ambas informaciones no es un hecho mecánico: obedece a una lógica de integración y tratamiento de datos que es precisamente la que hay que desvelar, y esa lógica está sometida a variables colectivas (cultura, clase, p. ej.) e individuales (biográficas, en el más amplio sentido: historias de aprendizaje individual)."

17. SARTORI, Giovanni (1987), pp. 131-2: "Que toda sociedad modernizada cuente con una opinión pública es cierto sólo en el sentido banal de que una opinión es pública porque está ubicada *en* el público. Como norma general, sin embargo, la afirmación de que toda sociedad posee una opinión pública está conectada con la suposición de que todo régimen encuentra un antagonista en la fuerza de la opinión pública. Personalmente, creo que esto es falso; y el aserto es ciertamente engañoso porque oculta la distinción crucial entre: a) una opinión que es pública meramente en el sentido de que se encuentra *diseminada entre* entre el público; y b) una opinión que, hasta cierto punto, el público *se ha formado por sí mismo*. En el primer caso se trata de una opinión *hecha* pública, pero no del público. En el segundo, en cambio, tenemos una opinión *del* público, en la que el público es el *sujeto*. En el primer sentido puede creerse que cualquier sociedad tiene una opinión pública por definición, y con ello desaparece lo esencial de la cuestión. Pues el problema es: *¿cuándo representa la opinión pública una fuerza autónoma? Y a la inversa, ¿cómo es posible transformar a la opinión pública en una mera máquina de asentimiento?*" (s.m.).

prudencia social (en el terreno legislativo del *deber ser*) es otra cosa, y como tal es aceptable, pero en ningún caso puede determinar con prejuicios prescriptivos a la investigación sobre las cosas como son o, al menos, como parece que son: la opinión pública, naturalmente, está *en* el público, aunque una parte sustancial de las ideas que la forman puedan proceder (y qué difícil es saber esto científicamente) de fuera. En todo caso, procedan de donde procedan y sean lo nefastas e impuestas que sean, son las opiniones *del* público.

Peró en estas afirmaciones de corte jurídico se contienen ideas sobre la vida social que quizá valga la pena explicitar, y ésta es la más importante:

la gente puede formarse opiniones por sí misma (hasta cierto punto, matiza, sin embargo, Sartori)

Bien, esto sólo es cierto si entendemos también que existe una interacción social que hace inviables las *ideas puras* y, por tanto, aceptamos el comercio de ideas y la influencia mutua. Pero no parece situarse en esa perspectiva este platonismo (moderado en Sartori, más radical en Habermas) de creer que *en* el público debe haber sólo cosas *del* público para que sean verdaderas opiniones. Es una cuestión parecida a decir que algo es imposible porque no lo permite la Constitución: es confundir marcos jurídicos con realidades sociales. No sé si soy justo con mis criticados (extraordinarios pensadores, en todo caso), pero es que se juega aquí, entre otras cosas, el sentido de la sociología (bien entendida), más allá de un catálogo de buenas intenciones sociales.

Y no puedo menos de acordarme ahora (en otro orden de cosas, pero también como problema de supervivencia para las ciencias sociales observacionales) de una crónica periodística aparecida en *El País* hace algún tiempo en la que un filósofo describía con irónico sadismo cómo había intentado convencer a un grupo de psicólogos en un congreso de Psicología para que se dejaran de tonterías y aceptaran el escepticismo metodológico que él les transmitía: parece que lo consiguió y que aquello acabó convirtiéndose en un congreso de logomaquia, aunque me temo que a alguno de aquellos psicólogos de escasa formación filosófica aquel gurú del método poscientífico los dejó traumatizados para siempre. No dejan de ser las consecuencias de una serie de interesantes apostillas filosóficas (tan antiguas, casi, como el *homo sapiens*) que, usadas impropriamente, han servido para entronizar parcialmente en las ciencias sociales un modelo discursivo confuso, cuyas consecuencias han sido, para algunas generaciones, nefastas. Y me refiero al metodólogo citado, y a otros de esa misma virtud, no a Sartori o a Habermas, obviamente, de cuyos extraordinarios méritos científicos no se podría dudar.

Quería expresar estas opiniones (¿serán realmente *públicas*?: lo digo porque no son del todo *mías*) porque con frecuencia demasiados estudios sociales se mueven en este territorio del deber ser, lo que me parece excelente siempre y cuando no se pretenda presentarlos como estudios del ser o de sus apariencias, por seguir con esta terminología filosófica. Son análisis filosóficos o jurídicos, ni menos ni más: tienen su propia metodología y son muy respetables, pero ni el deber ser es el ser,

ni el método científico o sus mínimos de sentido común pueden estar al albur de cualquier banalidad crítica, y me sigo refiriendo con esto último a la anécdota de aquel congreso y similares, no a Sartori o a Habermas, por supuesto.

Pero en el párrafo de Sartori reproducido en la nota hay un final muy necesario: *¿cuándo representa la opinión pública una fuerza autónoma? Y a la inversa, ¿cómo es posible transformar a la opinión pública en una mera máquina de asentimiento?*

Son tantos los problemas que encierran estas interrogantes que es mejor reducirlos a enunciados algo más operativos, por ejemplo: ¿es posible discernir en una población qué ideas le son propias y cuáles no? Voy a solventar los inconvenientes mayores (¿qué son ideas propias?) recurriendo sin más al sentido común: ideas propias son aquellas que un observador cualificado puede definir así después de evaluar la lógica cognitiva de una persona o de un grupo: ideas que han sido elaboradas con trabajo mental evidente, aunque puedan coincidir con otras más o menos numerosas. Bien, pero en el comercio semántico y lógico a veces las ideas propias son sustituidas por *esquemas analíticos* que están pensados exactamente para eso: para influir, modificar o sustituir a las que llamamos ideas propias. Y aquí me reencuentro con Sartori (1987, p. 132):

“Hasta los años veinte no había necesidad de distinguir entre opiniones *en* el pueblo y opiniones *del* pueblo. Hasta la llegada de los medios de comunicación de masas y de los controles totalitarios, *lo que el pueblo pensaba era, fundamentalmente, expresión de su mente* (s.m.). La literatura de los cuarenta, en cambio, tenía que contar con que en las dictaduras, que habían sido antiguamente países libres, se había materializado un consenso popular casi unánime, y asimismo con la realidad de una opinión pública que era de hecho una manifestación uniforme de opiniones fabricadas por el Estado, impuestas *sobre* el público.”

Bien, dejemos a un lado lo de que “Hasta la llegada de los medios de comunicación de masas y de los controles totalitarios, lo que el pueblo pensaba era, fundamentalmente, expresión de su mente”, porque es de una incerteza tan obvia que ni vale la pena repasar ahora, siquiera a grandes rasgos, la historia de la humanidad y de la cultura (que Sartori conoce tan bien, sin duda). Pero si los sociólogos no pudiéramos estudiar más que las ideas propias de la gente tendríamos singulares problemas, tan obvios que tampoco vale la pena mencionarlos. Si los especialistas en Opinión Pública hubiéramos de aceptar que ésta, la Opinión Pública, es un deseo más que una realidad, nuestro trabajo sería una especie de Teología Social cercana a la ficción. Bien, podríamos solventar esto distinguiendo una opinión pública más culta, formada, indeterminada, etc., que otra, pero no negarle el carácter de opinión pública a esa opinión más bien despreciable que la gente mantiene en ciertas condiciones sociales: es una pésima opinión, pero es la opinión pública ahí y ahora. Pero esto no es una opinión de Sartori, siempre hubo esta dualidad: opinión pública en sentido jurídico (regímenes democráticos o de opinión) y opinión pública en sentido sociológico (toda opinión en cualquier circunstancia). Y no habría porqué rechazar esta dualidad, lo que no pueden es dejarnos sin trabajo a los sociólogos: hay, pues, dos conceptos de Opinión Pública, uno

alude al deseo y otro a la realidad, pero como en el hermoso libro de Luis Cernuda (*La realidad y el deseo*) esos conceptos pueden ir unidos: son las dos caras del mundo.

Si aceptamos como natural la interacción y por tanto la mutua influencia (el hombre persuasor, ejerciendo el estatuto humano por excelencia: comunicar, hablar, escribir, narrar), la existencia de fuertes presiones en marcos democráticos que podrían negar la autonomía del sujeto sería un acontecimiento tan normal (democráticamente normal) como alarmante, que nos haría salir en defensa de una opinión pública más deseable, en lugar de esa otra con excesiva dependencia de las fuentes de persuasión. A su vez, la transmisión persuasiva debería ceñirse a unas normas generales del estado (en parte es así) que impidieran el abuso comunicacional y las limitaciones de hecho al pensamiento y a la expresión en situaciones límite. Pero, sobre todo, incrementar el nivel cultural y crítico de los ciudadanos, porque es preferible formar que prohibir, y el arbitrio mejor intencionado acaba siempre en un comité de censores que son mucho más temibles que lo censurado.

Una idea quería transmitir en este breve apartado: las ideas de la población, por inaceptables que sean, **son tuyas aunque no lo sean**: y esta paradoja funda los estudios sociológicos de Opinión Pública, que son centrales en la Comunicación Política. Y funda la Sociología, por cierto.

4. MOMENTOS ÓPTIMOS PARA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Cuando tenemos una estructura en entrelazo de las series temporales de intención de voto (se turnan en el primer puesto de las encuestas constantemente los partidos que tienen opciones de victoria) tenemos una situación en la que cualquier evento comunicacional es central para obtener la mejor situación demoscópica: es el momento de la comunicación política ante unos públicos que tienen su voto pendiente del hilo de la decisión y que están esperando una señal específica para definir ese voto. Es la situación comunicativa de influencia óptima o más rentable electoralmente, y es el momento en que las organizaciones partidarias realizan un particular esfuerzo para transmitir en mejores condiciones narrativas lo que quieren decir: no es fácil, pero es la situación en la que la comunicación política puede ser analizada con mayores posibilidades de contrastación con los resultados de encuesta y/o electorales, y de esta forma entrar parcialmente en el secreto del porqué de un buen esquema analítico. Finalmente, en las democracias modernas con partidos consolidados, pequeños eventos pueden cambiar gobiernos. ¿Es así, realmente? Sólo en cierto modo. Quisiera matizar todo este ejemplo de la *situación de entrelazo* en el sentido de que el acierto en la comunicación no es sólo un “pequeño evento”: es un síntoma de eficacia que una parte del público sabe proyectar en hechos mayores de la vida política, como si de un acto de gobierno se tratase, y así la misma comunicación parece constituirse en ejemplo de eficacias mayores (“el que sabe decir sabe hacer”). Y existe probablemente la realidad cognitiva que sustenta a este proceso bajo la forma de una captación de un orden político mejor en

un esquema analítico mejor: una generalización del estímulo (esquema analítico) a la conducta política real o práctica. A veces parece ser así, aunque estas cosas siguen lógicas altamente complejas por el número de variables intervinientes, y requieren análisis concretos y pormenorizados.

No voy a entrar ahora en las consecuencias de todo esto que en parte son obvias: quería resaltar, sobre todo, que la persuasión política en una situación democrática de alta competencia es un ejercicio complejo y cualificado, que no deja de tener riesgos para la libertad al menos en un sentido: si todas estas consideraciones analíticas y técnicas de trabajo se disponen exclusivamente como técnicas al servicio de una verdad retórica, estamos ante una ficción política que limita con el totalitarismo, pero si la tecnología comunicacional sirve para mejorar la relación partidos/ciudadanos, estamos ante una situación en la que los partidos serán cada vez más exigidos a cumplir sus esquemas analíticos. Hay síntomas de que esto ya empieza a ser así, y de que el ciudadano acepta ese exceso persuasivo a cambio de una mayor exigencia. Las elecciones primarias en el PSOE han generado expectativas de esa clase en muchos ciudadanos, que aceptan como normal el debate público intrapartidario y los procesos persuasivos que desencadena, a cambio de poder opinar y debatir con consecuencias partidarias sobre los temas en liza.

5. A MODO DE CONCLUSIÓN

He presentado algunas ideas propias y ajenas y algunos textos propios y ajenos para poder hablar sobre ellos y debatir. La cuestión central que he querido plantear desde diversas perspectivas es la de la Comunicación Política y su función democrática: el riesgo de la palabra y de la persuasión, el riesgo de la libertad. Creo que es un riesgo necesario, y creo que los ciudadanos generan sus propias defensas y se ven enriquecidos en medio de este ruido de seducción. No soy catastrofista, aunque creo que es lo que más gratifica a muchos: ese sentimiento de peligro permanente en el que algunos sociólogos quieren ponernos, quizá para que nos sintamos únicos y libres en medio de un maremágnum de coacciones que a todos afectan menos a ellos y a nosotros, los iniciados en el secreto del horror. Pues no: nos afectan a todos, a los sociólogos y a los ciudadanos, y por eso la posición del que pretenda estar por encima de la situación, sociólogo y/o ciudadano, es tan patética por irreal. El océano mediático ya ha cambiado nuestras vidas, como en otros tiempos las cambió la Iglesia, el comercio, la imprenta o el Real Madrid. No pasa nada, o al menos no pasa nada que no debamos conocer de una forma algo más sistemática que la de aquellos que se tiran de cabeza al agua sin esperar al naufragio, por la mera angustia de que ocurra.

BIBLIOGRAFÍA

- BENAVIDES, Juan, ed. 1998. *El debate de la comunicación*, Fundación general de la UCM y Ayuntamiento de Madrid.
- BOUZA, Fermín. 1998 a. "Comunicación Política: encuestas, agendas y procesos cognitivos electorales", *Praxis Sociológica*, 3: 49-58. Albacete, Univ. Castilla-La Mancha.
- BOUZA, Fermín. 1998 b. "La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo", en Benavides, Juan, ed: 237-252.
- CAREY, J. 1975. "A cultural approach to communication", *Communication*, 2: 1-22.
- CURRAN, J., MORLEY, D., y WALKERDINE, V, comp., 1998. *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós.
- CURRAN, James. 1998. "El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación" en CURRAN, J., MORLEY, D., y WALKERDINE, comp.
- FLORESCU, Vasile. 1971. *La retorica nel suo sviluppo storico*. Bolonia, Il Mulino.
- GRAMSCI, Antonio. 1971. *Selections for Prison Notebooks*, Londres, Lawrence&Wishart.
- MUMBY, Dennis K. 1997. "Introducción: narrativa y control social", en MUMBY, Dennis, comp.
- MUMBY, Dennis, comp. 1997. *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*, Buenos Aires, Amorrortu.
- MUÑOZ-ALONSO, A., y ROSPIR, J. I. Directores de la Edición. 1995. *Comunicación Política*, Madrid, Universitas.
- PARAMIO, Ludolfo. 1998. *Intereses primarios*, Madrid, *El País*.
- RODRÍGUEZ ADRADOS, Francisco. 1975. *La Democracia ateniense*. Madrid, Alianza.
- SANFORD, A. J. 1990. *La mente del hombre*, Madrid, Alianza.
- SARTORI, Giovanni. 1988. *Teoría de la democracia* (1 y 2), Madrid, Alianza.
- SWANSON, David L. 1995. "El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los Medios", en A. MUÑOZ-ALONSO, A., y ROSPIR, J. L. Directores de la Edición.
- ZELIZER, Barbie. 1997. "Los periodistas norteamericanos y la muerte de Lee Harvey Oswald: narrativas de autolegitimación", en MUMBY, Dennis, comp.