La Comunicación Política de la hipermodernidad y su análisis académico

POR **JOSÉ LUIS DADER**

La inflación escenográfica de la Comunicación Política actual resulta coherente con el dominio cultural profundo de la ?hipermodernidad?. Por ello, las experiencias ciberdemocráticas que aspiran a la utopía de una deliberación cívica generalizada tienen escaso potencial para convulsionar la degradada ?democracia del espectáculo?. Y la Comunicación Política como disciplina tiene el reto de clarificar esas contradicciones, de la mano de la filosofía y ciencia políticas, en beneficio de una razonable recuperación de los valores democráticos.

La Comunicación Política vive en la actualidad un acelerado proceso, no tanto de cambio, como de acentuación de las tendencias iniciadas en la ya prolongada ?Era de la Televisión?. Pero no cabe olvidar tampoco algunas aplicaciones de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que, sin apartarse del todo de lo que se ha dado en llamar ?mediocracia? o ?democracia visiva?, apuntan a minoritarios ejercicios de deliberación e interpelación crítica en una ?ciberdemocracia?, más soñada por ahora que real.

Gilles Lipovetsky, pionero del término ?posmodernidad?, ha sugerido recientemente (ed. 2006) sustituirlo por el de ?hipermodernidad? para subrayar que, lejos de tratarse de una ruptura radical del entramado nuclear de la cultura moderna, las postrimerías del siglo XX y su prolongación se caracterizan por la intensificación y comercialización cuasi universal de los modos de vida basados en el individualismo instaurado por la modernidad. Dicho patrón de pensamiento y comportamiento se sintetiza según él en «la escalada paroxística del siempre más [y el] engranaje de lo extremo [bajo el cual] los mecanismos privilegiados del mercado, eficacia técnica e individuo» encauzan la sociedad y los sujetos particulares hacia el consumo impaciente de lo efímero y la sensación contradictoria de desorientación generalizada.

Este marco cultural ayuda a comprender, en mi opinión, la persistencia a la que están abocados algunos de los aspectos emergentes ?y en realidad continuadores bajo nuevas

Fundación Telefónica

Telefónica

expresiones?, de la Comunicación Política contemporánea: a la calificación de ?democracia de *talk-show?* que algunos han propuesto, en la que se impone la marginalización de las noticias serias y de perspectiva institucional, hay que añadirle el diagnóstico propuesto por Jacques Gerstlé (2005), que explica la razón y las consecuencias de ese abandono de la información política de fondo, sustituida por el aluvión *de soft news* sobre sucesos particulares y obviedades de la vida cotidiana. Según Gerstlé, el público aplica categorías cada vez menos políticas al análisis de la política. No es extraño si los periodistas y los propios políticos se enfrascan cada vez más en pseudodiscusiones apenas concernientes a las disyuntivas de la planificación y reducen su atención a los enfrentamientos personales, la imagen fabricada y el referente de los escándalos individualizados como clave trivial de la rendición de cuentas.

Por consiguiente, no puede sorprendernos que la controversia focalizada en la personalidad de los líderes, el maquillaje lingüístico, la cortina de humo de las anécdotas, las peores artes de la publicidad negativa y hasta el sectarismo periodístico rampante sean las facetas más significativas del panorama dominante de nuestras campañas electorales y de nuestra percepción del debate político. La mayoría de esas ?externalidades? ya se perfilaban en los años sesenta y setenta, cuando Boorstin (1961) y Schwartzenberg (ed. 1978) denunciaban la fantasmagoría de la imagen y la llegada del ?Estado espectáculo?. Pero las recientes avalanchas de sus formatos extremos dejan en tímidos balbuceos aquellas primeras huellas del golosineo político convertido en único consumo ideológico-político de la ciudadanía.

Asistimos a todo un conjunto de nuevas manifestaciones y de transformación vertiginosa de lo que Eric Louw (2005) denomina el *political hype;* esto es, la parafernalia, la escenificación e imaginería de la política. Sin duda todas estas innovaciones ?o presentación de viejas tendencias bajo nuevos ropajes?, como ?las guerras de los vídeos?, las campañas electorales llevadas simultáneamente al cómic de culto y a pseudorevistas barriobajeras (caso de Francia), o el travestismo de la crítica política en la difusión masiva de humor político bajo múltiples formatos, justifican la necesidad de que los académicos de la Comunicación Política analicemos con el máximo detalle todas ellas. Pero sin perder de vista que lo esencial no es tanto su descripción morfológica, como la percepción de que, de manera cada vez más intensa, los *spin doctors* de la política y sus fascinados interlocutores, los medios de comunicación periodística, oscurecen el ámbito de la gestión de las medidas concretas, de la relación entre decisiones y valores ideológicos y de la acción política en suma, mediante la insistencia en la apariencial representación de los gestos, las simbologías y las retóricas.

Las NTIC, decía al principio, arrojan un gran catálogo de usos en apariencia alternativos de Comunicación Política: desde los portales virtuales de información y contacto de las cámaras parlamentarias, las páginas electrónicas de partidos y candidatos, los foros virtuales y la expansión en red de noticias políticas, hasta la prensa digital de grupos menos dependientes de las grandes corporaciones, los múltiples *blogs* de ?periodismo *amateur*? o de simple acogida de las conversaciones políticas de ciudadanos… Todo ese repertorio, junto con otras fórmulas aún más radicales de vigilancia y reflexión cívica en Internet podrían estar apuntando hacia la consecución del mítico paraíso que formula la teoría de la ?democracia deliberativa? (Elster, ed. 2000; Nino, ed. 1997; entre otros), revestida ahora con los ropajes tecnológicos de una ?ciberdemocracia?. Pero al no poder desligar nuestra cultura política de nuestros patrones culturales más profundos, habrá que sospechar ?como apuntan los datos sociológicos?, que los nuevos recursos en general tienden a alinearse en la misma dirección de los consumos

Fundación Telefónica
Telefónica

frívolos, individualistas y de énfasis en lo efímero y anecdótico, cada vez más desvinculados de la intervención coordinada hacia la transformación institucional.

Los fenómenos de *flash-mob* y de ?deliberación popular directa? y ?celérica? (Sampedro y López, 2005, citando a Benjamin Page) ocurridos en España tras los atentados del 11 de marzo de 2004 suponen para algunos analistas un anticipo prometedor de la irrupción de la ciberdemocracia. Pero aparte del dramatismo excepcional de aquellos días, las evidencias de noticias falsas o desenfocadas, los acompañamientos de agitación propagandística y la ausencia precisamente de un debate argumentado, plural y parsimonioso (salvo que se quiera confundir la democracia deliberativa con los estallidos pasionales de las asambleas enfervorizadas o los televisivos ?debates-basura?) obligan a pensar, al menos en mi opinión, en síntomas patológicos de una democracia débil, en lugar de en un genuino ejercicio de la habermasiana Comunicación Política libre de trabas y abierta a la crítica. Y sin embargo ?siguiendo de nuevo a Lipovetsky?, nada es rectilíneo ni responde a una lógica cerrada: también en estos fenómenos hay síntomas de cambio o cuando menos de desenganches particulares respecto a la corriente principal de la frívola democracia mediática. La Red permite aflorar asimismo a otros actores políticos surgidos de los márgenes, o que ciudadanos de a pie ejerzan, aun a la intemperie, sus legítimas aspiraciones a la actividad política, reorientando sus percepciones por entre la maraña mediática con la ayuda ?y las confusiones? aportadas por estas nuevas fuentes virtuales de información y diálogo.

Los académicos de la comunicación tenemos por delante un inmenso territorio que explorar y que interpretar. Sin espacio aquí para argumentar sobre la necesidad de mayor interdisciplinariedad y variedad metodológica, me limitaré a reivindicar la primacía de la perspectiva evaluativo-normativa sobre el pragmático descriptivismo tecnocrático. Porque el frenesí laboral de las abejas no puede confundirse con el conocimiento científico de la apicultura, la importancia fenoménica del *marketing* político tampoco debe llevarnos a confundir el testimonio de sus expertos con la reflexión académica. En esa línea resulta grave que los especialistas en Comunicación Política no analicen más a fondo las consecuencias para la preservación del modelo democrático de los desequilibrios descritos en el seno de la política. Y en sentido inverso, que los científicos de la política y los teóricos del Derecho no tengan más presentes los dictámenes de aquéllos a la hora de estipular y adaptar las reglas democráticas de la representatividad y la responsabilidad políticas. Las leyes electorales, los procedimientos institucionales de la rendición de cuentas y de la interacción entre elites y ciudadanía, junto con los sistemas de garantías de transparencia y de fomento de foros públicos de eco masivo, tolerantes y plurales, continúan en muchos casos bajo diseños decimonónicos o incluso retroceden por la permisiva confianza en la autorregulación (salvaje) del mercado (populista) de la política.

La Comunicación Política como disciplina intelectual tiene mucho que aportar si coloca su centro de gravedad en la relación a menudo inversa entre maduración democrática y las prácticas de la imaginería política. Tal estudio y reflexión ha contado hasta ahora en España con la dedicación francotiradora de investigadores y profesores diseminados por facultades o departamentos de comunicación y periodismo y ciencia política. Pero resulta paradójico que mientras el interés social por tales cuestiones cristaliza en múltiples convocatorias de seminarios y mesas redondas, los planes de estudio de las citadas facultades continúan marginando la Comunicación Política al rango optativo de lo accesorio y minoritario.

Fundación Telefónica
Telefónica

Bibliografía

BOORSTIN, D.: *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage, Nueva York, 1961.

ELSTER, J.: Introducción, en Ibid. (ed.): *La democracia deliberativa*, Gedisa, Barcelona, 2000 (v.o. 1998).

GERSTLÉ, J.: *La Comunicación Política*, LOM, Santiago de Chile, 2005 (v.o. 2004).

LIPOVETSKY, P.: *Los tiempos hipermodernos*, Anagrama, Barcelona, 2006 (v.o. 2004).

LOUW, E.: *The Media and Political Process*, Sage, Londres, 2005.

NINO, C. S.: *La constitución de la democracia deliberativa*, Gedisa, Barcelona, 1997 (v.o. 1996).

SAMPEDRO, V. y López, G.: «Deliberación celérica desde la periferia», en Sampedro, V. (ed.), *13-M Multitudes on-line*, Los libros de la Catarata, Madrid, 2005.

SCHWARTZENBERG, R. G.: *El Estado espectáculo*, Dopesa, Barcelona, 1978 (v.o. 1977).

Fundación Telefónica

Telefónica