Comunicación Política: Nuevos medios, nuevas audiencias, nuevos problemas

POR **VÍCTOR FRANCISCO SAMPEDRO BLANCO**

Los efectos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) sobre la Comunicación Política son ambivalentes. Han minado la esfera pública de unos estados nación que, sin embargo, no han perdido protagonismo en el flujo de mensajes de alcance global y ante públicos que han superado el estatus de meros receptores. Estas ambivalencias y paradojas proyectan preguntas aún abiertas. Las respuestas serán fruto de cómo orientemos nuestras prácticas y usos comunicativos (los ciudadanos y los profesionales) y de las instituciones en las que se enmarque esta nueva Comunicación Política.

Internet (con el vídeo ya incorporado: Web.2.0), telefonía móvil, televisiones digitales, locales, satelitales, prensa gratuita abierta al ?periodismo ciudadano? (1)? esta panoplia de canales y su impacto en la Comunicación Política contemporánea resulta, como diría Zygmunt Bauman, ante todo, ambivalente. Igual que los dispositivos tecnológicos de la Modernidad, las TIC de la postmodernidad sirven (servirán) para los más altos fines y para los más abyectos cometidos. Los altos hornos del siglo XVIII anticiparon los hornos crematorios del III Reich. Esta perspectiva dual nos emplaza a examinar tres notas que considero definitorias de un panorama político-comunicativo preñado de tantas esperanzas como de malos presagios; a saber, la desaparición de un espacio común de debate y visibilidad social; la progresiva internacionalización de los flujos comunicativos y, por último, el empoderamiento mediático de la ciudadanía.

El fin de la esfera pública común

La televisión pública o los diarios de referencia han perdido su protagonismo como espacio nacional de socialización interna. Ya no son el territorio ni el crisol de una identidad nacional

Fundación Telefónica

Telefónica

común (Benedict Anderson, Paddy Scannell). Ni representan «el país que dialogaba consigo mismo» a través de los periódicos del tiempo de Mark Twain.

La parte positiva residiría en la mayor capacidad de elección de esferas públicas particulares, basadas en la supuesta soberanía de sus consumidores (con recursos, claro). La contraparte sería la segmentación de las audiencias. Distintos sectores sociales, con medios propios, experimentarían un progresivo distanciamiento, así como el posterior estancamiento y radicalización de las posiciones mantenidas por los segmentos más (auto)excluidos y radicalizados.

La esfera pública ya no es aquel lugar donde es posible el encuentro sorprendente con el otro, con la otredad. Se están generando procesos de radicalización antagonista, tanto en los medios convencionales como en las TIC, donde discursos prefabricados encuentran a un público al que sólo reafirman en sus ideas previas. De ahí el maniqueísmo imperante en determinadas cadenas de información de pago, radios o *sites* de Internet. ¿Volvemos al periodismo político militante? Quizás sea así en la tecnopolítica de los ciudadanos y las organizaciones sociales (2) ¿O se trata de estrategias corporativas que se reparten el mercado ideológico y, no menos importantes, apoyan la llegada al poder de sus aliados partidarios? Esta es, sin duda, la dinámica imperante en la prensa política convencional de España: sus periódicas ?crispaciones? y ?guerras mediáticas? al hilo de los cambios de gobierno y sus apoyos a planes de expansión multimedia.

La fractura de una esfera pública común no se ha visto acompañada de procesos de integración de los dispositivos de debate político; ni hacia el interior del estado nación (entre los sectores ideológicos-clases sociales, etnias, estilos de vida que lo componen) ni entre los distintos estados en el orden internacional.

Podrían significar vértices integradores de una Comunicación Política común los dos procesos que señalo a continuación: la internacionalización y el empoderamiento tecnopolítico de la ciudadanía. Ambos se hicieron patentes en nuestro país durante la crisis del 11M-14M de 2004: el gobierno no pudo controlar las sinergias con la información extranjera que discrepaba de la línea oficial; ni los flujos ciudadanos y autónomos tejidos en unas comunicaciones interpersonales (a través de móviles e Internet), pero con contenido y alcance colectivo.

Progresiva internacionalización de contenidos y audiencias

La integración global de instituciones mediáticas, industrias culturales y poblaciones migrantes, así como la extensión de idénticos estilos de vida y consumo han favorecido la quiebra del control estatal de los flujos de información. Se habla incluso de una esfera y una opinión públicas de alcance global. Esta sería la dimensión positiva de un mundo más unificado, también en lo que se refiere a la comunicación y el debate ciudadano. Pero el advenimiento de esta polis global no parece favorecido por el papel clave que el Estado y las corporaciones transnacionales juegan como fuerzas rectoras de esa globalización.

Fundación Telefónica
Telefónica

El fin del Estado nación (de su fuerza institucional y su impronta en los imaginarios colectivos) está muy lejos de haberse producido. Los mercados de la información, del voto y los *cleavages*/fracturas ideológicas de la Comunicación Política siguen siendo nacionales y hasta nacionalistas. Este es el mayor problema de una Unión Europea que, a la falta de una esfera pública común, añade (o, más bien resta) la de medios informativos de alcance transnacional. Los debates políticos, por tanto, no son en verdad internacionalistas, como lo exigiría su naturaleza y como, por ejemplo, lo demuestra la lentitud de la entrada del tema del calentamiento global en la agenda mediática.

La internacionalización del sistema político-comunicativo no se debe tanto a los flujos mestizos de poblaciones y culturas, como también, y sobre todo, a los procesos de integración multimedia, vertical y horizontal, y al carácter transnacional de los capitales e inversiones en juego. La comunicación sobre Latinoamérica en España, por ejemplo, está trufada de intereses corporativos; incluyendo aquí a los grupos multimedia españoles. Se ha llegado a argumentar que ya experimentamos el protagonismo político de una ciudadanía global que, según el *New York Times*, logró autoconvocarse contra la ocupación de Irak en 2003. Pero los debates y las decisiones al respecto se tomaron en calendarios y procesos, todos, de orden doméstico-nacional.

Empoderamiento tecnopolítico de la ciudadanía

La Red ofrece la metáfora de múltiples nodos que permiten una deliberación y una movilización autónomas. Desde sus terminales telemáticas los ciudadanos tendrían capacidad para tomar voz y parte en una democracia (auto)representativa. La tecnopolítica llegaría a alterar los rasgos de nuestros regímenes políticos que, incluso, desembocarían en democracias deliberativas (a medio camino de la directa) (3). Esta es la visión integrada, optimista, que diría Eco.

Pero recapitulemos. Podemos constatar el poli-consumo de sectores socio-ideológicos (con medios específicos y segmentados) que definen comunidades y territorios políticos diversos y dispersos. Ahora agregamos los dispositivos tecnológicos y los canales comunicativos que tienen, en su uso cotidiano, un carácter interpersonal. Pero las TIC pueden lograr un alcance colectivo y social enorme, como las cibermultitudes *on line* que han hecho acto de presencia en algunos de los acontecimientos más señalados de nuestra vida política reciente. Y por señalados me refiero a que señalizan un antes y un después en la forma de hacer política, campañas y hasta retórica electoral.

De nuevo nos enfrentamos a dos dinámicas contrarias a una visión tan idealizada de nuestro presente-futuro. Me refiero a lo que estamos haciendo con las TIC ?usos y consumos? y el marco institucionalizador en el que nos movemos.

1.- Rutinas de uso y consumo

La minimización de costes de adquisición de conocimientos que postula la *rational choice* nos

Fundación Telefónica
Telefónica

presenta como seres egoístas y perezosos (4). Nuestro interés objetivo en la información política va a depender, por tanto, de nuestro interés subjetivo. En la medida en que, como sujetos, percibamos nuestros intereses concretos afectados, atenderemos a la marcha de la política. En caso contrario, ?nos ocuparemos de nuestros asuntos?. A este fundamento racional de nuestra atención selectiva (y escasa) se añade la relevancia de los usos comunicativos para el mantenimiento de nuestras estructuras psicosociales; es decir, qué interacciones mantenemos con los dispositivos y los contenidos de la Comunicación Política a nuestro alcance.

Se explica así, por ejemplo, que las redes del 13-M abandonaran el debate sobre el poder y su legitimidad, que plantearon en la jornada de reflexión de las elecciones generales de 2004. Y que sin embargo y sin casi solución de continuidad, se concentrasen en el tema de vivienda (5). Algo subjetivo (necesidades individuales patentes), ligado a estilos de vida y redes urbanas del tejido social, que llevan mucho tiempo implicadas en la ocupación y la resistencia a la especulación del suelo público. La fuerza socio-política de las TIC reside, por tanto, en que apele y conecte redes y personas de carne y hueso, que existen (por sí mismas) más allá de las pantallas. Pero no sólo eso.

2.- Institucionalización de las TIC

El impacto final de las TIC en la Comunicación Política depende de su proyección en las instituciones políticas y mediáticas, las que gestionan el poder, también a nivel simbólico y comunicativo. La jornada de desobediencia civil 13-M, en plena jornada electoral, ha desaparecido. Nunca entró como objeto de debate de la Comisión del 11-M, ni en el resto de instituciones partidarias ni en los medios convencionales. Entre otras cosas porque el ?¿Quién ha sido?? y ?Queremos saber la verdad? eran una impugnación al colapso de las funciones democráticas de los partidos y los medios de este país. ¿De qué sirve, cabría preguntar, una Comunicación Política que no incentiva el conocimiento veraz para la participación política, siquiera en el plano electoral?

Por el contrario, los lemas del 13-M han sido reformulados por una red mediática, partidaria y social que ha servido para propagar la más que desmentida participación de ETA en los atentados del 11-M. Incluso la invocación de recuperar la ?Memoria y Dignidad?, iniciada por las asociaciones de la memoria republicana, ha sido cooptada por las asociaciones de víctimas de ETA más ligadas a la red mediática que señalaba antes: *Libertad Digital* (Internet y TV), *El Mundo* (prensa escrita), *COPE* (radio) y *TeleMadrid* (medio público). Plataformas periodísticas a disposición de la cúpula del PP (el Gobierno cuando los atentados y en numerosas administraciones locales y autonómicas) y un tejido de seguidores antagonistas con la izquierda social y el Ejecutivo socialdemócrata. Es decir, la tecnopolítica necesita *institucionalizarse* en medios convencionales, partidos y activistas para cobrar presencia en los flujos de Comunicación Política en los que se dirime el poder.

Este panorama ambivalente sobre nuevos canales y sus audiencias suscita unas cuantas líneas de investigación, de las que me limito a señalar tres. Cada una interpela a los tres polos de la Comunicación Política: los gestores políticos, los profesionales y los públicos.

Fundación Telefónica
Telefónica

A) ¿Qué políticas públicas de comunicación alimentarían la coexistencia de una esfera pública central y unas esferas públicas periféricas, alimentadas por las TIC y los nuevos medios, destinadas a nuevos públicos, más específicos y participativos? Cuestión que creo urgente plantear en el nivel nacional y transnacional. ?Diálogos? y ?Choques? de ?civilizaciones? aparte, debiéramos reparar en qué medida los periodistas han echado (echan) gasolina en lugar de agua al conflicto en Oriente Medio o a los coches-antorcha de los suburbios parisinos en 2006.

B) ¿Cuáles son las prácticas profesionales, ligadas a las TIC, que se están implantando? Se trata de reflexionar sobre el impacto que la nueva Economía Política de las TIC está teniendo en las jerarquías empresariales y las rutinas de producción de los comunicadores políticos. ¿Existe ahora más autonomía o más supeditación de los profesionales, respecto al poder político y/o económico? El llamado periodismo ciudadano, que solicita la participación del público a través de las TIC ¿es una forma de reducción de costes y una vía autopublicitaria del medio? ¿O se trata de una verdadera democratización? ¿Postula, al fin, la Comunicación Política como diálogo, accesible ahora a todos los que tienen ADSL y una cámara digital?

C) Las políticas públicas y las prácticas profesionales tienen como sentido último la recepción y la reelaboración comunicativa que hacen los públicos. ¿Cuáles son los patrones de interpretación y uso de la información política que hacen los distintos públicos ?que no audiencias?? Audiencias que, gracias al potencial cognitivo y movilizador de las TIC, pueden convertirse en públicos activos (propulsores de nuevos contenidos y propuestas) y no meras audiencias reactivas (de una oferta fijada de antemano). Audiencias que practican el policonsumo de medios, y se mueven entre nichos específicos de información política y canales compartidos de mestizaje e interacciones múltiples. Con el tiempo se percibe una pluralidad creciente de comunidades entregadas a reinterpretar la Comunicación Política dominante y que proyecta flujos alternativos, en cuanto a contenidos y actores sociales. Los dedicados a estos asuntos en la Academia no podemos dejar de formar parte de esas comunidades; so pena, al igual que los periodistas políticos, de perder nuestra razón de ser.

Fundación Telefónica
Telefónica