

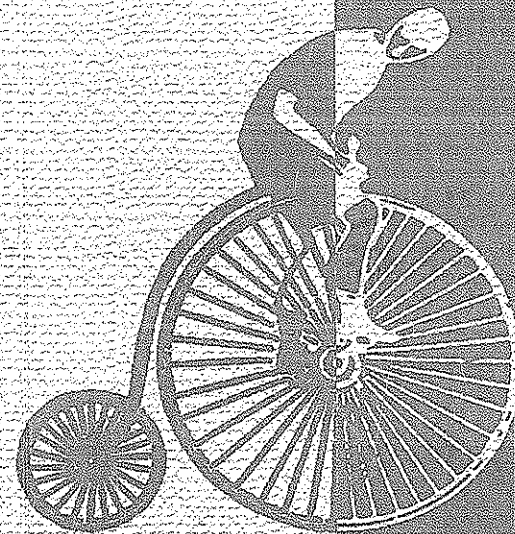


SERIE  
universitaria

JACQUES GERSTLÉ

# La comunicación política

Traducción de Hernán Soto



Comunicación y Política

## Capítulo 1

### Concepciones teóricas contrastadas

---

*N*i la comunicación ni la política se dejan encerrar fácilmente en definiciones totalmente herméticas. Su elasticidad conceptual ha atormentado a quienes han intentado reflexionar al respecto, particularmente en el caso de la política, que hasta el presente ha logrado concitar toda la historia del pensamiento político y social, así como los innumerables ejercicios destinados a posicionar lo político. Para ilustrar esta polisemia de la comunicación política, presentaremos un panorama de cuatro concepciones que no pretende ser exhaustivo aunque abarca un amplio espectro de representaciones del fenómeno. Los esfuerzos emprendidos por sociólogos de corrientes muy diversas desde comienzos del siglo XX y sus evoluciones, han convergido en atribuir al fenómeno de la comunicación una cierta centralidad en la organización y el funcionamiento de la sociedad. Por otra parte, es admirable constatar hasta qué punto los "padres fundadores" de las ciencias empíricas de la comunicación han hecho un claro aporte a la dilucidación de tal o cual aspecto de la comunicación política.

Sin embargo, para comprenderla mejor nos parece necesario mostrar cómo se articulan la política y la comunicación, no para producir un fenómeno aislado, sino, por el contrario, para imbricarse continua y difusamente, autorizando el trabajo de lo político en la sociedad, o como lo diría Pierre Rosanvallon, el trabajo de la sociedad respecto de ella misma. La puesta en sentido, la puesta en escena y la puesta en forma de la sociedad tal como las conceptualiza Claude Lefort serían imposibles sin la comunicación para remediar "la indeterminación de lo político". Al dar relevancia a determinados problemas, los ciudadanos hacen aflorar en la conciencia pública ciertas situaciones indeseables. Al atribuir a las autoridades públicas la responsabilidad de hacerse cargo de ellas, algunos grupos intentan que esos problemas entren en la agenda política. Al elaborar propuestas y proyectos para resolver dichos problemas, las fuerzas políticas se enfrentan, se oponen o bien

cooperan para encontrar una vía de convergencia para las decisiones, para las políticas públicas y, en definitiva para dotar de legitimidad la acción pública.

La aprehensión intelectual de este objeto difuso, pasa primero por distinguir diferentes concepciones en competencia de la comunicación política, para luego mostrar en qué medida la política y la comunicación son consustanciales por estar ligadas por fenómenos tales como la publicización, la politización y la polarización. Posteriormente, nos centraremos en las propiedades del proceso de la comunicación y en los diferentes acercamientos teóricos que ha suscitado.

## 1. Un objeto difuso

### 1.1. Cuatro concepciones de la comunicación política

Sin necesariamente adherir al determinismo tecnológico de un Mac Luhan, hay que considerar la idea de que los medios modifican las condiciones en que se desarrolla el juego político. Pero a partir de esta transformación inducida por la difusión de la innovación tecnológica, con frecuencia se ha construido apresuradamente un discurso frágil sobre la comunicación política, asimilada a una técnica innovadora. Nada parece más dudoso que esta reducción que convierte en un instrumento nuevo algo que el hombre ha pensado desde hace mucho tiempo como un elemento y una condición de su participación en la *polis*. El desarrollo de la publicidad comercial, del marketing y las relaciones públicas, el recurso a las encuestas, sondeos y análisis cualitativos y la difusión masiva de los mensajes políticos por los medios, han contribuido a la emergencia de una industria política a la que hoy se asimila demasiado fácilmente la comunicación política.

Se ha instalado una concepción instrumental y reduccionista, rara vez explicitada, que se basa esencialmente en una visión en la cual la comunicación política está constituida por el conjunto de las técnicas y procedimientos de que disponen los actores políticos, en especial los gobernantes, para seducir y manejar a la opinión pública. Esta representación mutila tanto la comunicación como la política, particularmente porque las disocia. Proyecta una concepción técnica de la primera sobre una concepción manipuladora de la segunda. Se trata entonces de una concepción tecnocrática del problema de la comunicación política considerada básicamente como habilidad para manejar una imagen. En esta lógica reduccionista, algunos llegan incluso a asimilar comunicación y marketing político y a considerar la nueva comunicación política como el producto de tres técnicas: la televisión, las encuestas

y la publicidad (Cayrol, 1986). Esta asimilación es relativamente "suavizada" con una crítica de sus relaciones y los problemas que pueden ocasionar (Cayrol, 1997).

Lo que sí puede ser acertado en esta simplificación, es acaso que la comunicación política como objeto del discurso de moda deba mucho a estas técnicas y a la fascinación que ejercen tanto sobre los políticos como sobre el público general. En esta perspectiva, la comunicación política gira en torno a la expertise en la utilización de los instrumentos, más específicamente en la conexión de las técnicas de observación social y las técnicas de promoción y difusión para asentar la dominación de los gobernantes sobre los gobernados. Si bien no hay duda que tales formas de comunicación existen, su pretensión a agotar el tema debe ser cuestionada.

A esta concepción estrictamente instrumental, se opone una visión ecuménica de la comunicación política, definida como "un proceso interactivo relativo a la transmisión de la información entre los actores políticos, los medios de información y el público" (Norris, 2000). Esta concepción está muy próxima a una representación sistémica en la que domina el funcionalismo y las ideas de circulación sin trabas de la comunicación y de ausencia de relaciones de fuerzas entre los protagonistas. Esto explica, sin duda, su cercanía con la definición que daba hace treinta años J.-M. Cotteret, un precursor en Francia, para quien se trataba "del intercambio de informaciones entre gobernantes y gobernados por canales de transmisión estructurados o informales" (Cotteret, 1973). Al menos, en este caso, la dicotomía tenía el mérito de no eludir la relación de dominación. El inconveniente, sin embargo, se refería a la noción de intercambio que parecía implicar una comunicación más simétrica que complementaria, y que por ende no hacía mayor caso de las disparidades de toda naturaleza que restringen a algunos más que a otros en este ejercicio. Dicho de otra manera, en la concepción ecuménica todo pasa como si la igualdad prevaleciera en la realización de los intercambios comunicacionales. Adicionalmente, destaca en los dos autores mencionados una fuerte indeterminación conceptual en cuanto a la naturaleza de la información transmitida. ¿Tienen el mismo valor comunicacional un discurso televisado del Presidente de la República y una manifestación local de trabajadores de una fábrica amenazada de cierre? A menos que esta última no sea considerada como "transmisión de información" y que el movimiento de protesta no institucionalizada no constituya un mensaje político. Eso significaría que no hay más comunicación política que la legal y convencional. En segundo lugar, resulta dudoso que los actores implicados intercambien solamente información. Se sabe que otros bienes simbólicos están en disputa, tales como imágenes, representaciones, preferencias, etc. No obstante, en esta misma lógica se ha subido un peldaño con la insistencia en la noción de intercambio. En un libro

reciente, que se presenta como "el primer manual avanzado de comunicación política en francés", cuya ambición es presentar un "estado de situación de los saberes, temas y perspectivas" (Gingras, 2003), se encuentra como única definición explícita que la comunicación política es "la gestión del poder fundado en el intercambio" o bien "el estudio del espacio público en el que se ejercen las dinámicas del poder en todas sus formas". Se está muy cerca de Wolton (1989) que asimila la comunicación política al "espacio en el cual se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen la legitimidad para expresarse públicamente sobre la política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de las encuestas". Aquí se presume, bajo la noción de intercambio, que existe una auténtica reactividad entre los diversos actores. Se sabe que esta reactividad es, a lo menos, imperfecta. Puede ser contingente, estratégicamente anticipada o bien resueltamente simulada cuando se trata de autoridades oficiales (Gerstlé, 2003d). No queda resuelta la pregunta por la naturaleza del intercambio, que permanece como una figura sospechosa en su indeterminación, ni tampoco se ve el motivo para restringir la legitimidad a esta triple categoría de actores eliminando a todos los demás. En otras palabras, de esta definición emana un fuerte perfume de elitismo que es bien traducida por la frase del escritor Paul Valéry: "La política es el arte de impedir a las personas que se ocupen de lo que les importa".

En base a esta crítica, se puede pasar a una *concepción competitiva* de la comunicación política cuya sustancia describe Jay G. Blumber (1990) en estos términos: "Una competencia para influenciar y controlar, gracias a los principales medios, las percepciones públicas de los grandes acontecimientos políticos y de lo que está en juego". Pasamos del intercambio indeterminado a la lucha explícita por el control de las representaciones colectivas, proceso en el cual los medios hacen su entrada en escena. Esta definición tiene, además, el mérito de subrayar el rol central de lo cognitivo y lo simbólico en los procesos políticos y por ende de acercar las nociones de conflicto o cooperación por una parte y construcción de sentido por otra, insistiendo en la presencia de los medios en esta interacción.

La *concepción deliberativa*, por último, que algunos como B. Barber no vacilan en unir con la fascinación tecnológica, constituye un retorno parcial sobre la revolución intelectual griega del siglo V a.C.: la comunicación y la política son consustanciales. Es en la discusión, en el debate colectivo donde se encuentran las condiciones para una democracia extendida, en la cual la inclusión creciente de los ciudadanos (cuando caen por ejemplo los criterios de género, nacionalidad, edad) permite la formación de un auténtico espacio público. Inspirado por una teoría normativa de la democracia, Joshua Cohen (1989) escribe: "La noción de

democracia deliberativa está arraigada en el ideal intuitivo de una asociación democrática en la cual la justificación de los términos y condiciones de la asociación proviene de una argumentación y de un razonamiento públicos de ciudadanos iguales. En un ordenamiento de este tipo, los ciudadanos comparten un compromiso común respecto de la resolución de los problemas que han sido escogidos colectivamente a través de un razonamiento público, y consideran sus instituciones como legítimas en la medida en que establecen un marco favorable a una libre deliberación pública".

## 1.2. La interfaz política/comunicación

La comunicación política es un objeto de estudio de difícil aprehensión porque se apoya en conceptos que ya están sobrecargados de sentido, cuyas relaciones son naturalmente problemáticas y sus manifestaciones multidimensionales. Lo que hoy se llama comunicación política es un ámbito de contornos muy inciertos según se lo considere como un conjunto de teorías, de técnicas o de prácticas. Es un saber que se caracteriza por ser interdisciplinario y por la diversidad de los enfoques debido a la transversalidad de los problemas planteados. La sociología, la lingüística, la semiótica, la antropología, el derecho, la historia, la psicología, la filosofía constituyen tantos sitios de análisis de la comunicación política que la ciencia política debe esforzarse por integrarla a sus propias preguntas frente a los otros paradigmas. Pero la comunicación política también es entendida como procedimiento. Se asimila entonces a una caja de herramientas que permite todos los arreglos, desde la retórica basada en un lenguaje cotidiano al marketing directo de campañas *high-tech*. La creciente demanda por estas técnicas está acompañada de una transformación del espacio público y de sus reglas de juego.

La noción de la comunicación política tal como hoy se emplea en el discurso político, periodístico y científico es extremadamente confusa. Varios factores contribuyen a crear esta situación. La incertidumbre conceptual referida tanto a la comunicación como a la política deja un gran margen de maniobra semántica para su combinación. Esto se evidencia al examinar las diferentes tentativas de definiciones explícitas propuestas para la comunicación política y su dependencia respecto de los principales marcos teóricos utilizados actualmente en las ciencias sociales.

¿Hay razones para admirarse de que el sentido de la expresión "comunicación política" sea incierto si los términos que la conforman son polisémicos? La comunicación es un concepto caracterizado por la sobrecarga de sentido, en el lenguaje corriente y en las diferentes disciplinas, agravada por razones de moda que tienden

a multiplicar los empleos del término y le dan un giro un poco mágico. La etimología latina *communicare* remite a dos significaciones principales, compartir y transmitir o establecer una relación que se perpetúa en la ambigüedad moderna. Numerosos sociólogos, cualquiera sea su alineación teórica, le asignan un carácter fundamental a la comunicación en el establecimiento del lazo social. Pensadores contemporáneos tan lejanos entre sí como J. Habermas y N. Luhmann concuerdan en dar a la comunicación el carácter de concepto clave de su reflexión teórica. El primero investiga las condiciones para hacer posible el consenso racional al elaborar una teoría de la actividad comunicacional. Volveremos sobre ello. El segundo reconoce que "sin comunicación no hay relaciones humanas. De lo que se desprende la imposibilidad para una teoría de la comunicación de limitarse al estudio de ciertos aspectos de la vida social. No podría reducirse al análisis de cierto número de técnicas de la comunicación, incluso si en la sociedad de hoy, estas técnicas y sus incidencias llaman especialmente la atención debido a su novedad" (1981).

Aquí hay dos puntos fundamentales, a los que suscribimos enteramente: en primer lugar, los aspectos técnicos no son sino una dimensión del proceso de comunicación (cf. más abajo, las dimensiones de la comunicación). En segundo lugar, no es a partir de la comunicación sino de la política desde donde hay que partir para comprender el proceso de la comunicación política. Luhmann no vacila en predecir que "la relación entre comunicación y sociedad aparecerá no solamente como tema para un estudio específico de la comunicación, sino como tema central de toda teoría de la sociedad". Más recientemente, A. Giddens escribe: "Considero que mis ideas implican la centralidad de los estudios de la comunicación en la ciencia social en su conjunto. El estudio de la comunicación es absolutamente central para la teoría y la ciencia social. Cada uno de los elementos que he identificado como aquello que nos aleja del consenso ortodoxo lleva inevitablemente a subrayar la centralidad de la comunicación" (1989). Antes, el antropólogo Claude Lévi-Strauss aclaró que la comunicación es el gran objeto de las ciencias sociales, al vincular el intercambio de bienes, de mujeres y de mensajes. Para él, el lenguaje es tanto una condición como un producto y una parte de la cultura. A comienzos del siglo XX, Charles Cooley ya entendía por comunicación "el mecanismo por el cual existen y se desarrollan las relaciones humanas" (*Social Organisation*, 1909). Desde entonces, si como lo anticipa Henri Lefebvre "en la vida social nada se realiza sin la comunicación", esta última debe ser considerada como un proceso social fundamental del cual procede prácticamente cualquier otro hecho social. Es fácilmente concebible, entonces, que la política no escape a esa regla. Por otra parte, la imbricación de la política y la comunicación es sensible en la propia

investigación. En Estados Unidos algunos autores son considerados "padres fundadores" de las ciencias de la comunicación. Se trata de Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Carl Hovland y Harold Lasswell, es decir, un sociólogo, dos psicólogos y un cientista político, cada uno de los cuales ha marcado profundamente el estudio de la comunicación política. El primero se consagró especialmente al estudio de los medios de comunicación masivos y sus efectos en situación electoral. El segundo centró su atención en los problemas de comunicación en los grupos. El tercero se especializó en forma experimental en el estudio de la "nueva retórica" de la persuasión. En cuanto a H. D. Lasswell a él se debe, entre otros, el impulso a los estudios sobre propaganda y a las técnicas de análisis de contenido de los mensajes, pero es más conocido por su enfoque de la comunicación como suma de factores: "¿Quién dice qué? ¿A quién? ¿Por cuál canal? y ¿con qué efecto?", lo que nos hace recordar el título de una de sus principales obras: *Politics: Who Gets What, When and How?* (1936). Se constata que las preocupaciones científicas de estos cuatro investigadores claves están en intersección con la comunicación política. Es directamente el caso de Lazarsfeld y Lasswell, quienes trabajan en torno a la propaganda y las elecciones; indirectamente, el de Lewin y Hovland a través de los mecanismos de influencia y argumentación. La comunicación impregna, pues, toda actividad política, en la medida que casi todos los comportamientos de este tipo implican el recurso a una forma de comunicación, cualquiera que ésta sea.

Pero surge una segunda dificultad, ya señalada por un precursor como R. Fagen (1966). Aun cuando no sea particularmente evidente es posible describir numerosos aspectos de la vida política en términos de comunicación. Se trata, entonces, de una utilización metafórica de la comunicación como procedimiento de análisis de lo político. En este caso, todo es abordable con una aproximación comunicacional: el sistema político, la actividad gubernamental, el funcionamiento de los partidos políticos, los movimientos sociales, los grupos de interés, etc.

### 1.3. Publicización, politización y polarización

Pero, ¿qué debemos entender, entonces, por política? Para pensar la comunicación política deben distinguirse dos aproximaciones fundamentales: una, disocia comunicación y política y da prioridad al primer concepto para comprender el proceso de comunicación política. La otra, insiste en la consustancialidad de la política y la comunicación. Parece deseable corregir la propensión actual a explicar la política por la comunicación aunque las técnicas de comunicación conocen un desarrollo sin precedentes. En efecto, toda comunicación humana presenta una

dimensión social. Dependiendo de los autores, es asimilada a una simple transmisión de signos o a su intercambio, o incluso a compartir el sentido de lo que resulta. Presupone la existencia de un otro con el cual se establece una relación cuyo contenido político dependerá de una forma comprendida entre la cooperación y el conflicto y de una substancia contingente según los trasfondos de la situación. Por otra parte, es fácil constatar que la política sin comunicación sería imposible, ya que la sociedad misma es impensable sin comunicación.

Para entender mejor la articulación de lo político con la comunicación, examinemos cómo el tríptico publicización-politización-polarización revela su carácter consustancial. Lo político implica lo social y la comunicación es, primeramente, un prerequisite del lazo social. Por otra parte, todo grupo o unidad política se encuentra tarde o temprano enfrentado a situaciones en las que se impone una línea de acción común, una *policy* como se dice en inglés. Pero los problemas no surgen por generación espontánea: son construidos públicamente. La publicización de un problema es precisamente el proceso mediante el cual la unidad social involucrada reconoce su existencia en tanto problema, en cuanto desviación de una situación deseable. Dicho de otra manera, la publicización de un problema es su instalación en la agenda pública del grupo, lo que pasa por el ejercicio de operaciones de comunicación (conversación, discusión, reunión, manifestación, etc.) mediante las cuales el grupo de "emprendedores" originales logra que se conozca y admita el carácter problemático de la situación existente, por ejemplo, la ausencia de equipamiento colectivo.

Lo que —de manera poco ortodoxa— llamamos politización es el trabajo que consiste en atribuir a una autoridad pública la responsabilidad de hacerse cargo del problema públicamente reconocido. Politizar una situación es lograr que se admita que la resolución del problema recae en la autoridad pública, cualquiera que ésta sea, es el reconocimiento de la responsabilidad en el tratamiento de la cuestión abordada. En definitiva, es la construcción de lo que los anglosajones llaman *accountability*. Este principio fundamental de la democracia representativa supone, también, un trabajo de comunicación en el que participan de distintas maneras los grupos interesados, en el sentido material del término, los grupos atentos en el sentido cívico del término que vienen a sumarse a los emprendedores originales.

Por último, la polarización indica que "proyectos mutuamente excluyentes" según la expresión de S. Finer (*Comparative Government*, 1970) se han consolidado y tienen la pretensión de aportar la solución que se adapta a la situación problemática. La polarización agrega a la articulación de las demandas la idea de un enfrentamiento entre *policies* sostenidas por grupos antagónicos. La comunicación,

prerequisite del vínculo social indispensable para la unidad política, sirve a la publicización, la politización y la polarización porque permite la expresión de la insatisfacción, porque autoriza la transferencia de responsabilidad, porque hace posible la formación de programas de acción alternativos y, finalmente, porque reduce pacíficamente la tensión en la política democrática. La comunicación agonística libera el conflicto mientras que la comunicación cooperativa hace posible la integración del grupo. Juega por lo tanto un rol central en la dialéctica acuerdo-desacuerdo como tensión constitutiva de lo político. Al construir los problemas públicos, al politizarlos, al polarizarlos y facilitar su reducción, la comunicación mitiga la indeterminación fundamental de lo político, que no excluye ningún ámbito de la sociedad.

La política no está definida por un conjunto de sectores o problemas definitivamente aislables en la sociedad, ya que cualquier tema puede convertirse en político en un momento dado. La política se nutre de asuntos económicos, sociales, culturales, religiosos, étnicos, lingüísticos, etc. La actividad política se ocupa, entonces, de la emergencia de problemas colectivos, la revelación de las demandas dirigidas a las autoridades públicas, la elaboración de proyectos de solución, el conflicto entre estos proyectos y su modo de resolución. En cada uno de estos procesos está implicada la comunicación y su contribución a la política es omnipresente, se trate de la socialización y participación, de la elaboración de la agenda, de la movilización o de la negociación. La comunicación es fundamental, especialmente, en el mecanismo de determinación de las políticas públicas. En los regímenes democráticos es gracias a ella que se espera conseguir el paso desde una situación donde están en conflicto proyectos mutuamente excluyentes a una situación en que se supone que lo acordado se impone a todos por igual.

## 2. Un proceso multidimensional

La aceptación de las definiciones competitivas de la comunicación condiciona los contornos de la comunicación política que se modifican. Sea que la comunicación designe toda interacción social o que designe únicamente la interacción simbólica, es decir, la que utiliza signos codificados, afecta la definición de la comunicación política. En el primer caso, son aceptables todos los análisis metafóricos de la política en términos de comunicación. En el segundo caso, no son válidas sino las definiciones fundadas en el análisis de las representaciones y de las prácticas simbólicas. Vamos a examinar, en consecuencia, las diferentes dimensiones del proceso de comunicación.

Tres dimensiones pueden retenerse como fundamentales para la comunicación política, variando su importancia según las aproximaciones teóricas: la dimensión pragmática, la dimensión simbólica y la dimensión estructural.

### 2.1. La dimensión pragmática

La pragmática designa el estudio de las prácticas efectivas de comunicación. Como extensión de la semiología, o teoría de los signos, que estudia la relación entre los signos y sus usuarios, la pragmática se preocupa de "la relación que une al emisor y al receptor en tanto ella está mediatizada por la comunicación" (Watzlawick, et al., 1972). Aquí se plantea que la comunicación política es utilizada para interactuar según modalidades variables, tales como persuadir, convencer, seducir, informar, ordenar, negociar, invitar a. No interesan ni el contenido del mensaje ni la estructura de un sistema de comunicación, sino la forma de la relación social que se establece con motivo de la comunicación. La realización de la comunicación puede ser concebida a través de una representación de lo político definido como espacio social de tensión entre la cooperación y el conflicto. Cuando trabaja para la cooperación de las partes, la comunicación política es una discusión orientada por el deseo de intercomprensión. De este modo, la deliberación es el examen colectivo orientado a una decisión. Cuando es controlada por la voluntad de dominación de los protagonistas, toma el aspecto de la orden o la manipulación. Se observa que esta distinción retoma dos figuras clásicas del pensamiento político, de las que derivan numerosas variantes históricas: la concepción armonista y la concepción estrategista.

El sentido común admite que "mientras más hablamos, mejor nos entendemos". Por cierto, este postulado no es ajeno al éxito del discurso mediofílico y acompaña la difusión de las innovaciones tecnológicas que cristaliza en una ideología de la comunicación. Bajo este postulado se encuentra, sin embargo, planteado el tema del vínculo social y su dimensión política, es decir, la aptitud para vivir juntos, para cooperar e integrarse o bien oponerse y enfrentarse. Un axioma de Watzlawick describe precisamente el inexorable carácter político de toda relación social: "Todo intercambio de comunicación es simétrico o complementario, según se funde sobre la igualdad o la diferencia". La comunicación es política desde el momento en que se escribe en una tensión entre la cooperación y el conflicto. La idea de cooperación es subyacente a la etimología de comunicación, la que remite a la vez a una transmisión y a una puesta en común, a una correspondencia de las significaciones. El principio de cooperación o de intercomprensión está en el centro de la teoría social moderna. Los teóricos de los actos de lenguaje como Grice y los

etnometodólogos, por ejemplo, sostienen la existencia de un "principio de cooperación" como condición para la conversación y para los sistemas de intercambio en general (debate, entrevista, ceremonia, rito, etc.). Cuando se entabla una conversación, se concuerda un cierto número de elementos como el código, el interés o el placer de la interlocución, el respeto a un mínimo de reglas de comunicación relativas a cantidad, calidad, pertinencia de la información y modalidades de expresión. Estas reglas se refieren también al desarrollo de la interacción (alternancia en el uso de la palabra y atención a los planteamientos del interlocutor).

### 2.2 La dimensión simbólica

En gran medida la actividad política se basa en la utilización del lenguaje. Cuando se quiere persuadir o convencer, negociar o intimidar, el recurso al lenguaje aparece como una alternativa a la violencia física. Como escribe J. Ellul: "La violencia es siempre una incredulidad ante la posibilidad de las palabras". ¿No es acaso el parlamento ese sitio institucional donde se habla para tratar los asuntos públicos? Por ello, la política es, sin duda, un universo de fuerzas pero también un universo de signos que manifiestan una eficacia social y no únicamente cognitiva o expresiva. El lenguaje y su realización en discurso permiten llegar a acuerdos, a compromisos. Tiene, entonces, una virtud pacificadora en las relaciones sociales. Pero el discurso sirve también para el conflicto, la estrategia, la manipulación, la dominación. Los signos son también armas, recursos en el combate político. No solamente por la posibilidad que ofrecen de agredir directamente a un adversario sino también porque son portadores de representaciones del mundo, de percepciones de la realidad social y física, tal como lo ha evidenciado la hipótesis del relativismo lingüístico de los etnólogos. Un código lingüístico es más que una reserva de palabras y un repertorio de reglas para reunirlos de manera aceptable. Es también un sistema de significaciones, una matriz de análisis de uno mismo, de los otros y del entorno. Su utilización en el discurso establece una relación con el poder que Michel Foucault describe sin equívoco en su obra *L'Ordre du discours*: "El discurso no es simplemente lo que traduce las luchas o los sistemas de dominación, si no ese porqué, ese cómo se lucha, ese poder que se busca conquistar". Todos los grupos ejercen sobre sus miembros un control discursivo que asegura la integración social pero también que excluye a los que no respetan los procedimientos a través de los cuales "la producción del discurso es a la vez controlada, seleccionada, organizada y redistribuida". El lenguaje no puede ser considerado neutro por una tercera razón que Bourdieu resume así: "Basta constatar el número de universos donde el buen uso del lenguaje constituye el derecho de entrada tácito

para entender que el poder sobre el lenguaje es una de las dimensiones más importantes del poder". Agrega en otra parte, que "es legítimo abordar las relaciones sociales –y las relaciones de dominación– como interacciones simbólicas, es decir, como relaciones de comunicación que implican el conocimiento y el reconocimiento, por lo que no se debe olvidar que las relaciones de comunicación por excelencia, que son los intercambios lingüísticos, son también relaciones de poder simbólicas en las cuales se actualizan las correlaciones de fuerza entre los hablantes o sus respectivos grupos" (2001). Se advierte que él está muy cerca de las preocupaciones de Habermas sobre la pragmática universal y la distribución socialmente homogénea de los actos lingüísticos en la sociedad. Dicho de otro modo, los recursos lingüísticos están desigualmente distribuidos en la sociedad y el dominio de un código se torna un factor de distinción. Los sociolingüistas como B. Bernstein (*Langage et classes sociales*, 1975) muestran la relación entre la división de la sociedad y la división del lenguaje. Los científicos políticos como D. Gaxie (*Le cens caché*, 1978) insisten en los *handicaps* culturales para la participación política. Las desigualdades en el acceso al conocimiento, y el lenguaje es una de las condiciones, se prolongan en desigualdades para la adquisición de competencia política, es decir de la oportunidad de ejercer el poder.

Para producir el sentido de su experiencia, los hombres se sirven de símbolos. Simbolizar es representar lo real y establecer una relación de significación entre cosas. Para hacerlo el ser humano dispone del lenguaje pero también de ritos y mitos. La comunicación política como las otras formas de comunicación humana utiliza los signos que están disponibles en los códigos. Un código es un stock de signos y un repertorio de reglas a ser combinadas de manera aceptable para los miembros de una comunidad lingüística. Los signos, por ejemplo las palabras, son seleccionados en el stock y utilizados conforme a las reglas para producir enunciados o mensajes. Los trabajos sobre el lenguaje político han puesto en evidencia las posibilidades estratégicas que ofrece en los diversos niveles de funcionamiento. La estrategia de los símbolos supone elegir entre la descripción y la condensación, para usar la distinción de Sapir. Los símbolos condensados se caracterizan por su sobrecarga semántica y su poder de evocación, de identificación o proyección. Así, hablar de *racismo* o de *distancia cultural*, de *aborto* o de *interrupción voluntaria del embarazo*, de *nacionalización* o de *extensión del sector público*, de *cesantía* o de *mano de obra disponible* no es indiferente en cuanto a la connotación. Estas palabras se oponen por su carga emocional, como el calor al frío, en una alternativa de registro corriente *versus* registro tecnocrático.

La estrategia de enunciación permite a los hablantes individuales o colectivos cumplir actos de lenguaje controlados, responsabilizarse más o menos por sus enunciados (distancia) y dirigirlos al auditorio (tensión) para producir mensajes de implicación, interpelación o asociación. La didáctica y la polémica son dos opciones retóricas actualizables en el discurso político al igual que la elección entre contenidos planteados o presupuestos. Las estrategias argumentativas hacen uso de todas las operaciones lógico-discursivas para construir esquematizaciones aceptables, esto es, representaciones del objeto del discurso pero también imágenes de los interlocutores (Grize, 1982). La utilización estratégica de las normas de comunicación (normas situacionales, discursivas, conversacionales) revela asimismo la manera en que los interlocutores interpretan sus roles de comunicación para calificarse o descalificar a su adversario. El lenguaje y su puesta en discurso son, a menudo, considerados como el "patrón" de todas las prácticas significantes. La semiología se aplica en el ámbito de las imágenes fijas (fotos, afiches) o animadas (cine, televisión) para desmontar sus mecanismos y su eficacia simbólica. A este respecto, las tecnologías de la comunicación abren nuevas vías, especialmente con la video-cultura. La música, la pintura, la literatura y todas las formas de expresión artística atestiguan que el "texto político" puede asumir formas múltiples. Fuera de la cultura cultivada, el mensaje político puede ser portado según modalidades más o menos organizadas por toda clase de soportes: canciones, slogans, banderolas, graffitis, *tags*, *gadgets*, *fanzines*, *cartoons* y *pins*. La fuerza del humor popular con sus historias y chistes se convierte a menudo en vector poderoso de los estereotipos sociales, raciales y nacionales, pero también en instrumento no desdeñable de escarnio de los regímenes políticos. La comunicación política pasa igualmente por los ritos que antropólogos como G. Balandier han mostrado como universales y por manifestaciones típicas como los ritos consensuales y los ritos de enfrentamientos (Abélès, 1989). ¿No se interpreta, por ejemplo, como un acto ritual de participación la elección que asegura una forma de comunicación entre gobernantes y gobernados (Bon, 1991)?

El estudio de las prácticas de comunicación relativas a las posiciones de poder nos permitirá volver extensamente sobre la pragmática de la comunicación política. Pero es posible mencionar desde ya algunos tipos de discursos políticos que han sido estudiados y cuyas propiedades han sido puestas en evidencia. Así, por ejemplo, la oposición entre el discurso-balance y el discurso-llamado en las alocuciones oficiales del general De Gaulle (Cotteret et al., 1979). Este último se basa en el dominio de una enunciación de corta distancia entre el hablante y su texto (discurso en primera persona), asociado a un VOSOTROS muy presente que busca el apoyo de los telespectadores. Los discursos-llamado son característicos de las situaciones



de crisis (por ejemplo, el *putsch* de los generales de Argel o bien el discurso electoral en que el candidato llama a sus electores a movilizarse). Los discursos-balance corresponden a fases más rutinizadas de la vida política en que el Jefe de Estado esboza un panorama nacional, como ocurre en el mensaje sobre el estado de la Unión en Estados Unidos.

Otra distinción clásica es la que opone el discurso didáctico y el discurso polémico: el primero sitúa el discurso político en el registro de la evidencia y de la naturalización, como en un enunciado escolar del tipo "la tierra es redonda". El segundo, por el contrario, se caracteriza por las numerosas marcas enunciativas de presencia del hablante en su discurso, las que expresan la toma de posición y por lo tanto la posibilidad de controversia o de enfrentamiento. Se puede así oponer la retórica de L. Blum y la de M. Thorez. Hemos podido demostrar también, gracias a la utilización del sistema pronominal en el análisis de un discurso de debate electoral (Gerstlé, "Éristique électorale" in *Démocratie Cathodique*, en 1981), que se puede identificar discursos de interpelación en que el VOSOTROS es central para diversos usos, discursos de asociación donde el NOSOTROS toma su lugar y discursos de implicación donde el YO reina como amo. Por último, el discurso de confirmación, reafirma una identidad política mientras el discurso de agregación se orienta a movilizar a los indecisos alrededor de apoyos asegurados.

### 2.3. La dimensión estructural

Los aspectos estructurales de la comunicación conciernen a las vías por donde ésta se encauza. Se trata, pues, de los canales, redes y medios que permiten los flujos de comunicación. Utilizando la metáfora informática se podría decir que los aspectos pragmáticos de la comunicación equivalen al programa (software), los aspectos simbólicos son los datos culturales específicos de una comunidad particular, y que los aspectos estructurales designan el material que hace el tratamiento de la información. Para la comunicación política se distingue, por lo general, entre los canales institucionales tales como el parlamento y la administración, los canales organizacionales como los partidos políticos y las otras fuerzas organizadas, los canales mediáticos tales como los órganos de información escritos y audiovisuales, y los canales interpersonales que constituyen los grupos sociales y las relaciones interindividuales. Hay que tener cuidado con el concepto de red porque su significación cambia según su contexto de utilización.

Distingamos entre la red social y la red de comunicación. La primera se define por oposición a un aparato como una organización social no constituida, es decir,

con fronteras difusas, con actores escasamente especializados en roles y con conexiones aleatorias (Lemieux, 1999). Por el contrario la red de comunicación se define como una infraestructura, vale decir, como un conjunto de posibilidades materiales de comunicación que es diferente de la estructura de comunicación definida como el conjunto de comunicaciones realmente intercambiadas en un grupo. Una red de comunicación determina entonces un abanico de posibilidades materiales pero no determina forzosamente la estructura real de la comunicación. Como lo apunta G. Tremblay (1981), al interior de una red son tres los factores que determinan el establecimiento de una estructura de comunicación: los recursos de información desigualmente distribuidos; el interés en el intercambio por parte de los participantes; y la repartición del poder en términos de control de la información (acceso, capacidad de almacenamiento, de retención, de manipulación y capacidad para utilizar la información en el momento oportuno). Pero la comunicación puede ser encauzada por una red física o bien una red social, y por lo tanto, una transmisión estrictamente humana, incluso de manera mixta entre los dos modos.

La naturaleza de la red puede influenciar el resultado del proceso pues si la red física se caracteriza más por la infraestructura, por la señal y su circulación, por la facilidad de acceso y por lo que Jacques Ellul llamaba "la información estructural", es decir esencialmente unívoca, la red social de comunicación tiene por sustrato la relación social, intercambio interpersonal de símbolos que se efectúa en una pragmática y se nutre "de información existencial". Mientras la red física es evaluada por su fiabilidad, la red social vale por la confianza que sus miembros se atribuyen y las consecuencias asociadas a ese sentimiento. Consideremos dos manifestaciones de la reticulación en política: la cuestión de la influencia social y el impacto del capital social sobre la participación política.

El análisis de red permite, en efecto, reexaminar la vieja cuestión de la influencia personal o social en la formación y la transformación de las preferencias políticas que estaban en el centro de las preocupaciones de Lazarsfeld y Katz especialmente en los años 50 y 60. Sus investigaciones, en particular *The People's Choice*, habían mostrado que la propaganda electoral era ineficaz ante la interposición protectora de los grupos sociales entre fuentes y destinatarios de la propaganda. La pertenencia a grupos sociales conducía al elector a seguir las normas de esos grupos, de alguna manera, prescriptores. La influencia de los líderes de opinión reconocidos por estos grupos consistía en decodificar el mensaje inicial y en recodificarlo en el lenguaje del grupo, asegurando así un traspaso de la comunicación en un proceso de dos tiempos, el famoso *two steps flow of communication*. El modelo de explicación de

este análisis de la influencia sociopolítica se basaba en el principio de la cohesión social donde la conformidad y la socialización hacen que el otro (*alter*) y uno mismo (*ego*), compartiendo las mismas características sociales, compartieran los mismos valores. Este tipo de explicación del comportamiento electoral fue remplazado por el modelo de Michigan, que pone el acento en las actitudes propiamente políticas tales como la identificación partidaria. Posteriormente, el modelo de elección racional insistió en la utilidad individual de los actores que actúan en el mercado político, se trate de electores o de candidatos. El análisis de red permite hoy retomar y actualizar el problema de los efectos contextuales sobre el voto más allá del modelo de la cohesión social. En efecto, los actores ya no son discriminados por sus CATNESS, sino por su NETNESS como diría Harrison White. Ya no es la categoría de pertenencia social la que los especifica y determina sino el hecho de que ocupan una posición particular, idéntica o diferente, en una estructura de relaciones cuyo examen depende precisamente del análisis estructural de red. Desde entonces, al desaparecer el principio de cohesión social, prevalece el principio de la equivalencia estructural. Ya no son las relaciones recíprocas entre el *alter* y el *ego* las que condicionan su conducta, sino su perfil relacional, equivalente o no.

El análisis del capital social y su influencia en la participación política representa una segunda aplicación de la noción de red en política. Constituye un inmenso campo en el cual son numerosas las particularidades interpretativas en torno a los vínculos entre red social y capital social. Lo atestiguan algunas definiciones provenientes de autores consagrados y representativos de paradigmas contrastantes. James Coleman (1990), que está en los orígenes del relanzamiento del concepto de capital social apoyándose en Granovetter en los años 80, estima que existen tres tipos de capital: físico, humano y social. El capital social, a su vez, se caracteriza por tres elementos constitutivos: las obligaciones y expectativas que forjan la confianza, la capacidad de la estructura social para generar flujos de información, y las normas. Según Robert Putnam (1993) el capital social atañe a tres aspectos de la vida social que facilitan la acción colectiva: las redes, las normas y la confianza. Para Bourdieu (1980) el capital social es "el conjunto de recursos actuales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones relativamente institucionalizadas, de interconocimiento y de inter-reconocimiento; o en otras palabras, la pertenencia a un grupo". Ingelhart (1997), finalmente, asimila el capital social a "una cultura de la confianza y de la tolerancia en la cual emergen redes extensivas de asociaciones voluntarias". La noción de red constituye un factor común en estas definiciones, de hecho, bastante divergentes.

Putnam hace la utilización más directamente cercana al análisis macro-político. Para él, existe un vínculo entre el desarrollo del capital social que traduce la intensidad de la vida en la sociedad civil y los desempeños institucionales garantes de la eficacia democrática. La erosión del capital social en Estados Unidos sería una amenaza para el conjunto del sistema político (Putnam, 2000). Huckfeldt y Sprague (1995) han realizado trabajos micro-políticos en Estados Unidos que muestran, entre otras cosas, que el capital social representa un factor de participación política autónoma, y cuyos efectos son específicos en relación al capital humano. El capital social produce relaciones sociales de interdependencia e interacción a través de las redes sociales. Tres dimensiones pueden ser reconocidas como eficientes: el tamaño de la red, la frecuencia de las interacciones y el grado de competencia política de los participantes que pesa en su compromiso político.

El análisis de red renueva el análisis de las vías de la influencia social y política por la brecha de "la equivalencia estructural" y pone en evidencia la efectividad del capital social. Por cierto, la literatura relativa al capital social ha desarrollado una vertiente crítica y Putnam ha provocado reacciones, comparables por otra parte a las que conoció Habermas. Espacio público y capital social han permanecido no obstante como conceptos que han hecho progresar la reflexión sobre los aspectos macro-estructurales de la vida democrática y sus aspectos microestructurales como la realidad y la intensidad de la participación y el compromiso.

Muchas manifestaciones de red en la sociedad industrial avanzada tienen pertinencia como para renunciar a este concepto por el simple hecho de que el proceso de erosión que se esperaba no se ha producido de manera universal (Hamidi, Mayer, in Perrineau, 2003). Las redes de movilización, las redes de políticas públicas, las redes de clientelismo, las redes cívicas, las redes asociativas o partidarias constituyen otras tantas formas de actividad política fundada en el entramado social —y no físico— y dan testimonio de su ubicuidad (Gerstlé, 2003).

Por ejemplo, los análisis de la acción pública recurren desde hace un decenio a la noción de red. Esta referencia es considerada una alternativa a los modelos pluralistas y neo-corporatistas, así como un instrumento descriptivo de un Estado fragmentado entre jerarquía y mercado (Le Galès *et al.*, 1995). La metodología subyacente no tiene mucho que ver con el análisis estructural previamente evocado, pero reivindica una cierta comprensión heurística que le permite forjar una definición y construir una tipología: "En un entorno complejo, las redes son el resultado de la cooperación más o menos estable, no jerárquica, entre organizaciones que se conocen y se reconocen, negocian, intercambian recursos y pueden compartir normas e intereses". Al lado de las comunidades de política pública, se encuentran

entonces redes profesionales, redes intergubernamentales, redes productoras, redes de ideas o temáticas, a las cuales se podría asociar, por su proximidad de inspiración reticular las comunidades epistémicas de Peter Haas y las coaliciones de causa de Paul Sabatier. Lo que hace escribir a Pierre Lascoumes (1996) que: "Lo habitual de la acción pública es en gran medida una lucha sorda y continua de las redes existentes por reposicionarse frente a las cuestiones sociales".

Las tres dimensiones de la comunicación, pragmáticas, simbólicas y estructurales no deben ser consideradas como exclusivas una de otra sino que más o menos pertinentes de acuerdo a los objetos de investigación. Tomemos, por ejemplo, el caso de las teorías de decisión en ciencia política y su relación con la comunicación. Tres modelos entran en competencia: el modelo económico que insiste en la racionalidad de las elecciones; el modelo político que insiste en el mutuo ajuste entre los proyectos de los actores en competencia; y el modelo organizacional que insiste en las rutinas estructurales de decisión en las organizaciones complejas. En cada uno de estos modelos actúa una dimensión privilegiada de la comunicación. En el modelo económico es el tratamiento de la información el que da a la decisión su dimensión intelectual. En el modelo político es la comunicación de deliberación o de compromiso la que asegura la racionalidad colectiva de la decisión. Por último, en el modelo organizacional es una mezcla de información imperfecta, y por ende de racionalidad limitada, y de confrontación de definiciones de la situación de acuerdo a los intereses y rutinas de las organizaciones que las han formulado.

La comunicación política es, primeramente y ante todo, política. La definimos como el conjunto de esfuerzos basados en recursos estructurales, simbólicos y pragmáticos para movilizar apoyos y hacer prevalecer una definición de la situación que se estima contribuirá a la solución de un problema colectivo y/o hará eficaces las preferencias del actor, es decir su poder, según la definición de Lemieux (1970). Se trata, pues, de todos los esfuerzos de comunicación desplegados por aquellos que buscan que otros adhieran —ya sea imponiéndolo a través de la propaganda, ya sea haciéndolo aceptable mediante la discusión (negociación, deliberación, etc.)— a percepciones públicas que orientarán las preferencias.

### 3. Un campo teórico competitivo

Hoy en día, la comunicación política representa un ámbito del conocimiento en el cual se refleja perfectamente la competencia de los principales paradigmas del pensamiento político y las ciencias sociales. Las teorías rivalizan en razón de sus

concepciones acerca de lo político, de la comunicación, de su relación y del acento que ponen sobre aspectos pragmáticos, simbólicos o estructurales. Diversas figuras inspiran las aproximaciones teóricas para hacerse cargo del tema de la comunicación política: el diálogo, la estrategia, el comportamiento, el sistema, la construcción social de la realidad. Las dos primeras subrayan la praxeología, las dos siguientes destacan el proceso, la última resalta la interpretación. La aproximación dialógica es la más cercana a la teoría tradicional que subraya la consustancialidad de la política y la comunicación. El enfoque constructivista está más influenciado por la sociología comprensiva que por los acercamientos comportamental, sistémico y estratégico. Comportamiento, sistema, interacción y diálogo permiten etiquetar las lógicas de análisis de la comunicación política.

#### 3.1. El enfoque comportamentalista

En 1948, Laswell lanza su pregunta: "¿Quién dice qué, a quién, por cuál canal y con qué efectos?" para describir una acción de comunicación. La lógica es la de "la teoría matemática de la comunicación", propuesta en 1949 por Shannon y Weaver. La comunicación es concebida, primero, como una suma de factores: el emisor, el mensaje, el receptor, el código, el canal y la situación. En seguida, se la ve como un proceso lineal que es la transmisión de la información contenida en el mensaje desde el emisor al receptor. Por último, ella es caracterizada por su efecto sobre el destinatario. Numerosas definiciones de la comunicación insisten ya sea sobre la transmisión, ya sea sobre el efecto que produce. "La comunicación es el hecho de que una información es transmitida de un punto a otro" (G. A. Miller). "Nos comunicamos para influenciar, para lograr un efecto conforme a nuestras intenciones" (D. K. Berlo). Una de las primeras tentativas de definición de la comunicación política se inscribe totalmente en esta lógica: En 1956, los científicos políticos behavioristas H. Eulau, S. J. Eldersveld y M. Janowitz propusieron en su obra (*Political Behavior*) ver en ella uno de los tres "procesos (junto con el liderazgo y las estructuras de grupo) mediante el cual las influencias políticas son movilizadas y transmitidas entre las instituciones gubernamentales y el comportamiento electoral de los ciudadanos". En ese mismo espíritu, I. de Soñá Pool definió restrictivamente la comunicación política como "la actividad de ciertas instituciones encargadas de difundir información, ideas y actitudes relativas a los asuntos gubernamentales" (1968).

A partir de esta concepción, se desarrolla en el modo empírico la investigación —principalmente norteamericana— para constituir una disciplina científica emergente apoyada en cuatro problemáticas principales según el balance que presenta en 1977 D. Nimmo (1977): la propaganda, los estudios electorales, los efectos de la

Dj.  
vll  
C.F.

comunicación masiva, y las relaciones entre la prensa, la opinión pública y las autoridades. Puede apreciarse hasta qué punto la cuestión de los efectos de la comunicación es un tema central en la perspectiva comportamentalista.

Hoy se tiende a olvidar que los estudios de propaganda jugaron un rol fundamental en los comienzos de la investigación en materia de comunicación política. La propaganda puede ser considerada como una modalidad de la comunicación persuasiva, que, en general, no implica diálogo entre la fuente y el público objetivo y apunta a conformar las representaciones, actitudes y conductas de los que reciben de acuerdo con las preferencias de los propagandistas. Si bien su práctica es muy anterior, el desarrollo de experiencias masivas de propaganda a comienzos del siglo XX, con la primera guerra mundial y la revolución rusa de 1917, atrajo la atención de los investigadores y constituye uno de los orígenes de los estudios modernos de comunicación política. A partir de 1927, Laswell publica una obra sobre las técnicas de propaganda durante la primera guerra mundial. La define como el manejo de las actitudes colectivas mediante la manipulación de símbolos, algo bastante cercano a ciertas definiciones actuales de comunicación política. En los años 30 se creó en Estados Unidos el *Institute for Propaganda Analysis*, que puso en evidencia procedimientos clásicos que parecen tener un carácter operacional en las prácticas de desinformación: *name calling*, *glittering generalities*, *transfer*, *testimonial*, *plain folks appeals*, *card stacking*, *band wagon appeals*. En 1946, Laswell publica conjuntamente con Casey *Propaganda, Communication and Public Opinion* y empieza a prestar creciente atención al rol de los símbolos en política, creando con Lerner y Sola Pool un proyecto de investigación totalmente centrado en el tema, el *Radix Project (The Comparative Study of Symbols, 1952)*. Ello lo condujo a estudiar empíricamente el papel del lenguaje en política (*Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics, 1949*), a analizar la prensa de élite (*The Prestige Papers, 1952*). Paralelamente, los psicólogos de Yale, trabajaban bajo la dirección de Hovland en los mecanismos de persuasión y la composición de los mensajes subjetivos. Otro ámbito mayor donde se actualizó la concepción behaviorista de la comunicación centrada en la noción de transmisión y la problemática de los efectos es, sin duda, la investigación electoral.

A partir de 1940, Lazarsfeld y sus colegas del *Bureau of Applied Social Research* de Columbia se concentraron en investigaciones sistemáticas sobre la influencia de la comunicación en las campañas electorales. En los años 50 y 60 se multiplicaron los estudios sobre los efectos de la comunicación de masas, en el momento de su generalización. Los sociólogos tienden a considerar que los medios tienen efectos

limitados sobre sus públicos en tanto que los psicólogos investigan mecanismos generadores de influencia del cambio de actitud.

Para resumir las principales etapas del estudio de los efectos de la comunicación electoral, se pueden distinguir tres generaciones de modelos. Desde el comienzo de los estudios de comunicación política se recurre al esquema estímulo-respuesta, aplicado primero a la propaganda y después a las campañas electorales. Este esquema lineal está asociado a la hipótesis de los efectos directos sobre un blanco en razón de la creencia en la uniformidad de las reacciones humanas. El modelo humano está fundado en su naturaleza irracional y dominada por los instintos. Y es porque los hombres son esencialmente irracionales que van a reaccionar de manera uniforme a los mensajes de propaganda que se le administran. A partir de los años 40, los resultados empíricos anularon esta hipótesis al demostrar que los individuos reaccionan de manera variada a la comunicación electoral según sus características sociales (modelo de Columbia) o sus actitudes políticas (modelo de Michigan). Estos factores de largo plazo obstaculizan los efectos directos de la comunicación electoral que son filtrados y convertidos en efectos limitados. No obstante, el elector es todavía concebido en situación pasiva de destinatario, puesto que sólo emite de vuelta un voto reflejo de su posición social o un voto reflejo impuesto por su identificación partidaria.

Este bloque de representaciones se quebranta con el modelo de audiencia activa. La diversidad de usos de los medios y las motivaciones que originan estos usos dan cuenta de una selectividad y por ende de una actividad por parte del público en las elecciones operadas en relación con la comunicación política. Al mismo tiempo, se refuerza la idea de que el elector puede decidirse en el corto plazo, ya no de manera mecánica a partir de su posición social o de sus predisposiciones políticas, sino que en función de su percepción de la situación política y de la oferta electoral. La investigación empírica de los años 70 estaba todavía dominada por el modelo de Laswell con su esquema lineal y su obsesión por los efectos. Esto se observa bien en la manera en que son segmentados y reagrupados los problemas. El ámbito de la comunicación política corresponde entonces a los problemas planteados por los comunicadores, los lenguajes políticos y la persuasión, los canales, los tipos de público y su comportamiento, así como los efectos de la comunicación.

### 3.2. El enfoque estructural-funcionalista

Este enfoque modifica la definición de la comunicación política al inscribirla en el contexto de la sociedad como conjunto de sistemas en relación. La comunicación política consiste entonces en el conjunto de procesos interactivos entre los

elementos de un sistema político y entre este sistema y su entorno. Ya sea que se trate del análisis cibernético de Deutsch en 1963, del análisis funcionalista de Almond y Coleman en 1960 o del análisis sistémico de Easton en 1965, la lógica de conjunto es la misma. Sistema, intercambio, equilibrio son aquí los conceptos claves. Reemplazan a los factores, la transmisión y el efecto, que tenían esa calidad en el acercamiento comportamental de los comienzos. Los diferentes sistemas que componen la sociedad (sistema político, económico, cultural, etc.) se intercambian información. Se está en una lógica de circulación de información a través de flujos que aseguran la adaptación de cada sistema a su entorno. Las definiciones que de allí resultan sitúan lo político en un lugar secundario. La comunicación política es para R. Fagen una "actividad de comunicación que es política en razón de sus consecuencias, actuales o potenciales, sobre el funcionamiento del sistema político" (1966). Para Deutsch, la comunicación no tiene existencia propia porque es toda la política la que debe ser analizada en términos de comunicación, ya que "dirigir es ante todo un asunto de comunicación". Se está entonces en presencia de una utilización metafórica de la comunicación que sirve de modelo para describir fenómenos políticos. Flujos de información son filtrados para convertirse en decisiones. La eficacia del sistema está condicionada por cuatro factores: el peso de la información, el tiempo de latencia que necesita el sistema para reaccionar, el beneficio logrado por cada operación correctiva y el desplazamiento del blanco de la comunicación. Para Almond, la comunicación es el elemento dinámico del sistema político del que dependen los otros procesos como la socialización, el reclutamiento, la participación. Es la comunicación la que permite la efectividad de otras funciones de conversión del sistema como la articulación y agrupación de intereses. En Easton, por último, la comunicación no es presentada como un concepto central pero todo su modelo reposa sobre la misma lógica de intercambio de información entre el sistema y su entorno. Las demandas y los apoyos que entran en el sistema político son transformados en decisiones que vuelven a actuar sobre el entorno por el mecanismo del *feedback*. Hemos visto que el enfoque estructural-funcionalista está inspirado en una concepción holística de lo político. Ello no ha impedido la realización de análisis aplicados a sistemas de tamaño más restringido que la sociedad global. Lo ilustran el análisis del gobierno como red, del *lobbying* como proceso de comunicación y el análisis de los partidos políticos como sistemas y agentes de comunicación. El desarrollo político, como tema, ha suscitado una cantidad importante de trabajos que recurren al concepto de comunicación (Badie, 1988), entendido en términos empíricos o funcionalistas. Ha dado lugar a investigaciones sobre las relaciones entre las instituciones y los órganos de comunicación, el desarrollo de las redes y el rol de los medios como agentes del cambio

social. La comunicación se presenta como una variable explicativa del nivel de participación política al igual que la educación y la urbanización. Para Pye, entre otros, es un factor del desarrollo político. Es también, el análisis que hace Galnoor (1982), quien, como discípulo de Deutsch, definió el desarrollo político como la "construcción de la infraestructura de comunicación que permite llegar a cada miembro de la sociedad". El desarrollo es democrático cuando "refuerza la influencia de los miembros sobre la conducción del sistema político por inclusión y participación en la red de comunicación".

### 3.3. El enfoque interaccionista

El enfoque interaccionista de la comunicación política se impone desde que se acepta que la comunicación es una forma de interacción. Presenta dos corrientes que se distinguen especialmente por el estatus inverso que acuerdan a la dimensión simbólica y a la dimensión pragmática de la comunicación. Para el interaccionismo estratégico, la comunicación no se limita a la utilización de signos codificados puesto que todo comportamiento es comunicación. La dramaturgia de Goffman es un punto de unión entre las formas estratégicas y simbólicas del interaccionismo que se aplica a las situaciones de cara a cara y más generalmente a los encuentros sociales: "Las interacciones son los átomos de la sociedad", como lo resume Winkin (in Bateson, *La nouvelle communication*, 1981).

Contrariamente a la visión sistémica, el enfoque estratégico asume el punto de vista de un actor que debe afrontar a los adversarios y tomar decisiones marcadas por la interdependencia. La comunicación política, por su naturaleza instrumental, se presenta como una acción estratégica. Más allá de los signos, mensajes y códigos que utiliza y que constituyen su dimensión simbólica, más allá de los canales y redes que revelan su dimensión estructural, hay que considerar su dimensión pragmática, que es determinante. Lemieux (1970) preconiza una praxeología de la comunicación para caracterizar la utilización de los mensajes e intercambios, comandada por las preferencias del emisor y la estrategia que sigue. Dicho de otra manera, el poder, definido como la capacidad de hacer eficaces sus preferencias, utiliza como recursos los símbolos, mensajes y códigos, canales y redes. La comunicación política es una estructura de juego que dirige un conjunto de recursos de poder que son los bienes, las insignias, los derechos, los apoyos y los conocimientos. Entonces, ella puede ser vista como "un juego de relaciones de poder cuyos recursos y temas son medios materiales, simbólicos, informacionales, jurídicos e incluso humanos". Esta aproximación inscribe el análisis de la comunicación política en la perspectiva de la interacción estratégica. Este tipo de interacción se

caracteriza por la "secuencia de estimación por parte de los protagonistas de su situación, decisión (elección de una línea de acción), puesta en práctica de esta línea de acción y retribución (resultado)" (Dobry, 1986).

Es evidente que las campañas electorales son ejemplos de situaciones de interdependencia táctica. La concepción, realización y corrección de estrategias de comunicación dependen de múltiples recursos: discursos, información, publicidad, rumores, con los que los candidatos tratan de propinar golpes directos o indirectos a un ritmo acelerado por el propio juego de los medios. Los protagonistas interpretan toda iniciativa, gesto o palabra para informarse de los movimientos del adversario, anticipar sus golpes y evaluar —maximizando u optimizando— sus oportunidades de éxito en una situación en perpetua construcción. El juego se tensiona o se apacigua según que los golpes lleguen directamente o bien sean mediatizados por agencias de ejecución. Las situaciones de crisis o escándalos constituyen igualmente coyunturas donde la observación de las estrategias de comunicación presenta interés particular.

El interaccionismo simbólico que se inspira en G. H. Mead (*Mind, Self and Society*, 1934) es el estudio entre el yo y la sociedad considerada como un proceso de comunicación simbólica entre los actores sociales. Tiende a concebir la sociedad como emergiendo de la infinitud de las transacciones sociales. La interacción simbólica es "la actividad en la cual los seres humanos interpretan sus comportamientos recíprocos y actúan sobre la base de las significaciones conferidas por esta interpretación" (Blumer, 1969). De Goodman (*Ways Of Wordmaking*, 1978) a Bourdieu "la génesis social de los esquemas de percepción, de pensamiento y acción" es un elemento importante del constructivismo. En comunicación política, Edelman (1998) ilustra la emergencia de este enfoque en diez años (Swanson, 1981). Ella desplaza el acento puesto por la investigación en los procesos de interpretación, y de una manera más general, en la construcción social de la realidad para retomar el título de la obra de sociología del conocimiento de Berger y Luckmann (1966).

En este enfoque confluyen diferentes fuentes de inspiración e investigación. Toda la tradición de estudios sobre los efectos muestra que el individuo socialmente situado, o aislado, es activo en el proceso de comunicación, especialmente en su trabajo de atribución de sentido al mensaje político; en especial la evolución que conduce a minimizar los efectos de los medios y los actores políticos, y por ende de su poder de definición de la situación. La investigación de corte cognitivista, por otra parte, se esfuerza en sacar a la luz los esquemas movilizados por el individuo en su tratamiento de la información. La construcción de la realidad política, con sus mecanismos de rectificación e institucionalización del sentido, se efectúa por la comunicación. Bajo todas sus formas (información, argumentación, narración,

ilustración, etc.) se elaboran y difunden las tipificaciones (Schütz), las definiciones de la situación (Thomas), el etiquetaje (Becker) que van a orientar los esquemas de percepción política. Las principales corrientes que ponen la comunicación política en un marco interpretativo son el interaccionismo simbólico, la etnometodología, el dramatismo y el narrativismo (Swanson, Nimmo, 1990). Mientras el interaccionismo ve la atribución de sentido como resultado de transacciones sociales, el simbolismo o dramatismo ve más bien la movilización de estructuras de significación profunda de origen cultural como los mitos. Más allá del dramatismo de Burke y Goffman, la teoría de la convergencia simbólica de Bormann (1985), por ejemplo, se dedica a comprender cómo representaciones fantasmagóricas colectivas se desprenden, se solidifican y se imponen.

El análisis de la comunicación política en términos de relato a la que incita el narrativismo se ve promisorio. Permite confrontar las "historias" que cuentan los actores políticos para forjar o consolidar las identidades colectivas, incluida la propia, a través de la presentación que hacen de ellos mismos. Permite también observar el trabajo de los medios de información en su "puesta en intriga" (P. Ricoeur) de la vida política cotidiana y de hacer hipótesis sobre los efectos del relato, cuya potencia ha sido demostrada por J. P. Faye en los *Langages Totalitaires*.

El estudio de las estrategias de comunicación muestra, finalmente, que en el ámbito político se reúnen los mecanismos simbólicos y estratégicos de la interacción en las "manipulaciones de la impresión política" (Hall, 1972): "Conquista el poder, el control de los otros, el que logra hacer aceptar por los otros sus puntos de vista y perspectivas. Lo logra controlando, influenciando y apoyando su propia definición de la situación, ya que hacer compartir su propia realidad con el otro, es conducir a actuar en el sentido que dispone". Los dos métodos principales de manipulación de la impresión dependen de la comunicación política. El control del flujo de la información mediante procedimientos tales como la retención, el secreto, la rutinización, el despacho, etc., ordena la naturaleza y el ritmo de la comunicación. La movilización simbólica de los apoyos concierne a las prácticas públicas de persuasión a través de espectáculos. Más precisamente, consiste en el empleo de símbolos verbales y no verbales en el espectáculo para reforzar o mantener la posición política de los actores.

#### 3.4. El enfoque dialógico

Por último, el enfoque dialógico tiene común con el anterior, que está centrado en una concepción intersubjetiva de la comunicación (interaccionismo simbólico). Es también axiológico, pero orientado hacia la cooperación. El modelo dialógico se

basa en la idea de que la legitimidad reside en el consenso obtenido por la discusión. Louis Quéré (1942) resume bien su contenido describiendo el espacio público "como un espacio de discusión, es decir, un lugar de formación de los consensos sobre problemas prácticos o políticos, a través de una confrontación pública de argumentos". Ese modelo prolonga una tradición cultural que se remonta a Aristóteles y que se ha caracterizado más arriba por la consustancialidad de lo político y lo comunicacional. Es mediante el discurso que los hombres pueden establecer puntos comunes entre opiniones contradictorias y pueden deliberar, es decir, alcanzar una decisión gracias a una discusión argumentada. El espacio público resulta de la interlocución de los ciudadanos que alcanzan su libertad participando en los asuntos públicos. En *Droit et démocratie* que data de 1992 en su versión original, Habermas opone el espacio público sucesivamente a una institución, a una organización y a un sistema. Para dejar en claro que éste "escapa a los conceptos tradicionales del orden social" afirma que "el espacio público se describe mejor como una red que permite comunicar contenidos y tomas de posición, y de este modo opiniones". Después de que Hannah Arendt (*Condition de l'homme moderne*) denunciara el deterioro del espacio público, J. Habermas (1962) hizo una reconstrucción histórica del principio de publicidad en sus formas helénica, feudal/burguesa y su desintegración en la tecnicización de la actividad política. "Asegurarse el consentimiento plebiscitario de un público convertido en vasallo" es el objetivo de la publicidad manipulada que convierte la comunicación en espectáculo. "La liberación de la comunicación es la discusión pública sin trabas y exenta de dominación". La considerable repercusión de esta obra, a pesar de su traducción tardía al francés y al inglés, no ha impedido, sin embargo, muchas reflexiones críticas (Neveu, 1995) ni reformulaciones del concepto (François, Neveu, 1999).

Efectuando lo que algunos han llamado su "giro lingüístico", Habermas (1981) ha desarrollado una teoría de la competencia comunicacional presentada como una pragmática universal. Hay que distinguir dos tipos de acciones sociales: las orientadas hacia la intercomprensión (el actuar comunicacional) y las orientadas al éxito (el actuar estratégico). El actuar estratégico es realizado de manera abierta o disimulada. En ese caso, se trata o de una manifestación definida como ilusión conscientemente engendrada o bien de una comunicación sistemáticamente deformada donde la ilusión es inconscientemente producida. Por el contrario, en el actuar comunicacional, "los participantes no están primordialmente orientados hacia el éxito personal; persiguen sus objetivos individuales con la condición de que puedan llegar a acuerdo mutuo sobre sus planes de acción, en base a definiciones comunes de las diversas situaciones". La intercomprensión presupone universales

constitutivos del diálogo que aspiran a la inteligibilidad, a la verdad, a la sinceridad y al respeto de las normas de la situación de comunicación. El consenso verdadero se hace posible por el respeto a esta pragmática universal que corresponde a una situación de comunicación ideal. La situación es también ideal por su carácter de diálogo simétrico, esto es, que cada interlocutor tiene la misma posibilidad de producir actos de palabras conforme a estas universalizaciones. Esa situación de comunicación está, pues, exenta de dominación y permite pensar las condiciones de ejercicio público de la razón, en lo que consiste la democracia en que sólo triunfa la "fuerza del mejor argumento". Mueller (1973) ha aplicado de manera convincente el análisis comparado a esta concepción de la comunicación política definida como "discusión de problemas, asuntos e ideas de interés público". En esta lógica, ha estudiado las formas históricas que ha tomado la distorsión de la comunicación conceptualizada por Habermas y que consiste en trabas que afectan la discusión política. Allí el lenguaje es analizado como un factor decisivo del control social y legitimación que se actualiza de tres maneras. En primer lugar, la comunicación dirigida más específica de los países totalitarios, describe las manipulaciones directas de los que ocupan el poder para legitimar su autoridad e institucionalizar su dominación. En segundo lugar, la comunicación impedida que corresponde a situaciones en las que la desigual distribución de los recursos de la comunicación, especialmente el dominio del lenguaje, bloquea la participación de los desfavorecidos y los priva de la capacidad de hacer valer sus derechos. El déficit de bienes simbólicos se traduce en un handicap para la adquisición de la competencia política necesaria para expresar la demanda política. Los trabajos de la sociolingüística, de la sociología de la educación, de la sociología de la participación política aclaran esta perspectiva. Por último, la comunicación política es desviada cuando las elites la ponen al servicio de la mantención de la estructura del poder y la reducen a una función de mantención simbólica del sistema, como lo describe M. Edelman también cuando trata del reaseguramiento simbólico.

Se comprueba al final de esta confrontación de los principales modelos teóricos disponibles que el *clivage* más serio reside en la oposición de los modelos comportamentalista y estructural-funcionalista, por una parte, y la de los modelos constructivista y dialógico, por otra parte. Los primeros trabajan, sobre todo, a partir de una concepción de la comunicación vista en primer lugar como transmisión y circulación de información. Los segundos dan cabida a la significación y su construcción conjunta en la interacción social para hacer emerger un mundo común, positivo o normativo. Parece, por ejemplo, que la distinción de L. Quéré (1991) es operativa para orientarse en las teorías de la comunicación política. La concepción

epistemológica, todavía dominante, concibe la comunicación como producción y transmisión de conocimientos sobre el entorno; se trata de la comunicación-representación. La concepción praxeológica, por el contrario, la considera como la construcción de un mundo común por la acción recíproca que hace concebible el espacio público.

## Capítulo 2

### Un espacio público modernizado

---

**L**a comunicación política ha presentado siempre una dimensión técnica. En la antigüedad griega, la retórica era su manifestación principal, permitiendo la utilización estratégica del discurso con fines de persuasión. Para numerosos sociólogos, una de las características esenciales del siglo XX consiste en la revolución de los medios y la emergencia de una sociedad de comunicación en la cual la dimensión técnica tiende a determinar nuevas prácticas. Es así como a partir de los años 50, especialmente en Estados Unidos, se desarrollan nuevas técnicas de comunicación política. En efecto, en 1952 aparecen, por ejemplo, los primeros spots publicitarios televisados en la campaña presidencial de Eisenhower. Publicidad política y televisión, en ese caso, son gemelas porque la primera aparece cuando el conjunto del territorio nacional está cubierto por la segunda. Asimismo, es a partir de la campaña presidencial de 1960 que se generaliza el uso de las encuestas. La implantación de estas técnicas es un poco más tardía en Francia. Se considera que la importación en Francia del marketing político se hace en 1965 con motivo de la elección presidencial, sin que dé lugar a una generalización incontenible. Esta reputación es motivo de luchas entre expertos que tratan mediante versiones contrapuestas de legitimar su competencia y asentar su dominación, como lo han estudiado los trabajos de Jean-Baptiste Legavre sobre los profesionales de la comunicación política nacional y local.

Si la técnica de las encuestas está bien establecida y su industria prospera, la publicidad política se ha visto limitada porque ha visto reducir sus posibilidades por la adopción de normas legislativas sobre el financiamiento y la moralización de las actividades políticas. Por otra parte, el equipamiento audiovisual de los hogares mejora rápidamente como lo indica, por ejemplo, el aumento del número de televisores en Francia. Se calcula que en 1955 había 125.000 receptores, 988.000 en 1959, 3,4 millones en 1963, 7,4 millones en 1967. En 1973, el 79% de los hogares