

Las noticias no son verdades

Replantando la función de las noticias en la democracia desde la teoría de la opinión pública de Lippmann

JULIÁN ANDRÉS BURGOS SUÁREZ¹

Artículo recibido el 3 de septiembre de 2018, aprobado para su publicación el 24 de septiembre de 2018

Resumen

El propósito de este texto es demostrar la vigencia del pensamiento de Lippmann al momento de ocuparse de algunas de las cuestiones más críticas del actual sistema de información mediática. Se pretende evidenciar cómo, a pesar de haber sido escrito hace casi 100 años², sus ideas sobre la conformación de la opinión pública permiten entender por dónde se teje la relación entre democracia y medios de comunicación - hoy redes sociales- de modo que se asuma, de una vez por todas, que la naturaleza de estas relaciones no se funda en la racionalidad, sino en la conductibilidad perceptiva de las emociones, que una teoría más realista como la de Lippmann, inaugura sobre la comunicación.

Palabras Clave: Opinión pública; Democracia; Medios de comunicación; Noticias; Lippmann.

1. Introducción

En la ecuación medios de comunicación y democracia, desde las consideraciones de Lamuedra (2012), hay un punto de partida que se ha aceptado como fundamento de una relación que se presume necesaria, y que se basa en la idea de que la democracia requiere de unos medios de comunicación libres e imparciales dedicados a la producción de información noticiosa cuyo principal rasgo es la objetividad, la imparcialidad y la veracidad, y que, a partir de ésta, la ciudadanía, presumiblemente informada, construye argumentos propios desde donde parten sus diferentes actitudes, posiciones y opiniones sobre la vasta gama de asuntos públicos.

1 Colombiano, docente e investigador de la Universidad Católica de Pereira, catedrático del programa de Comunicación social y periodismo de la Universidad de Manizales. Comunicador social, Magister en Comunicación educativa y estudiante del Doctorado en Comunicación de la Universidad de Los Andes, Chile. Trabaja las áreas de comunicación y estudios culturales, comunicación y medios, y comunicación educativa. Correo electrónico: julian.burgos@ucp.edu.co

2 El texto *La Opinión Pública* de Lippmann fue publicado por primera vez en 1922.

Con la idea de Lippmann de que “las noticias no son verdades” (2003, p. 289), el presupuesto de la información objetiva como la base de las decisiones racionalmente informadas que toman los ciudadanos respecto a los asuntos públicos, es susceptible de ser criticada, pues como bien lo dice el neoyorquino: “Las noticias no pueden llegar a ser el motor de la democracia porque están limitadas en ser la fuente de información total de todos los asuntos públicos” (Lippmann, 2003, p. 291). Para demostrar esta posición, será necesario, en primer lugar, señalar las principales perspectivas que presuponen una relación casi que causal entre información y democracia, para que se pueda mostrar cómo esa misma teoría se transpone al campo de las teorías de la comunicación que también tienen, como principio, una perspectiva integradora de los medios respecto a los ideales de la democracia.

En segundo lugar, se revisará el concepto de noticia que propone Lippmann para entender su *naturaleza*, de modo que se pueda comprender su papel en la gestión de la democracia vía construcción de opinión pública, con la advertencia necesaria que, por esa misma *naturaleza*, su aporte no pasa por la disposición de la información, sino por la conducción de los juicios y las percepciones sobre las que se sostiene la opinión pública.

En tercer lugar, adentrándose en las ideas centrales de la obra de Lippmann, se verá cómo lo que permite dicha gestión es el modo en que las noticias elaboran representaciones sobre el entorno a partir de una conceptualización sobre las ideas claves que detallan esta cualidad, nos referimos a las categorías propuestas por Noelle-Neumann (1995) de pseudoentorno y de estereotipos, que son los conceptos desde donde concibe Lippmann esta gestión de las opiniones que median las noticias.

Una vez aclarado que es sobre la representación y no sobre la información que opera la noticia como generadora de opinión, se entrará en la cuestión de si lo que se puede discutir desde la teoría de Lippmann sobre las noticias es su correspondencia con un patrón de elaboración que remite a la distinción entre noticias bien o mal elaboradas según los criterios ya canónicos de imparcialidad y objetividad, apoyados en las ideas de González-Gorosarri (2017), o si al distinguirlas de “las verdades”, lo que interesa no es su proceso de fabricación, sino el modo en que el sistema comunicativo las concibe para fabricar consensos o para desactivar los ya existentes. Desde aquí, concluiremos que lo que revela la teoría de Lippmann es que la relación medios de comunicación, información y democracia, lejos de darse en un modo externo al poder mediante procesos de control o de información respecto a su ejercicio, se da de un modo intrínseco al mantenimiento del mismo poder político, vía la conducción emocional de las opiniones.

2. La ecuación: información-democracia

La ecuación que relaciona la información con la democracia se sustenta en la idea de Miralles (2002) en torno a que los ciudadanos basan sus opiniones sobre los asuntos públicos en informaciones que reciben de los medios de comunicación. A partir de esto, en diferentes modalidades de recepción y desde diferentes modelos informacionales, los ciudadanos tienen

un conocimiento de lo público desde el cual pueden basar sus opiniones y posiciones sobre los acontecimientos que son de interés colectivo.

Esta parte de la ecuación tiene su mejor desarrollo en la teoría del surgimiento de la esfera pública que Habermas (citado en Thompson, 1996) atribuía a la lectura de los periódicos en las tabernas burguesas donde se daba la discusión igualitaria entre ciudadanos burgueses, acerca de las actuaciones de los gobernantes que, de alguna u otra forma, afectaban tanto la vida pública en la que todos participaban, así como sus propios intereses de clase. Esta escena sugiere la imagen de un conglomerado de ciudadanos interesados en las causas colectivas que, iluminados por la información de los periódicos, se enteran de lo que pasa con el gobierno de la ciudad y de la nación, a partir de lo cual, desencadenan todo un diálogo y unas discusiones que empoderan a toda una clase social como sujetos políticos con capacidad de ejercer un poder basado en el control y el reclamo a quien ostenta el poder de gobernar.

Esta situación es para los teóricos más representativos del liberalismo político, un momento de práctica racional mediante la cual, ciudadanos en iguales condiciones elaboran juicios igualmente racionales que se convierten en ejercicios de deliberación que terminan por constituir una opinión pública que se configura como: "(...) la voz de la razón que expresa y defiende el orden natural y le dice al poder donde debe estar y cómo debe actuar" (Monzón, 1996, p. 61).

Esto era efectivamente así, porque los juicios que elaboraban los ciudadanos se presumían juicios racionales basados en información veraz sobre los temas de interés común. Se suponía que el hombre deliberante era aquél que, basado en la razón, la usaba como fuente de su acción política, de modo que el resultado de su opinión no reflejaba otra cosa más que la razón operante mediante la acción política de los ciudadanos, muy al estilo de lo que Platón esperaba del diálogo racional de los atenienses en el ágora para constituir la Polis, como bien señalan Hernández & Torres, (2015).

De igual manera, se esperaba que la información, suministrada por la prensa y después por los medios de comunicación, fuera consecuente con los juicios que provocaba, razón por la cual esta debía darse de forma veraz, imparcial, objetiva y libre de intereses (cfr. Bonilla, 2002). Para esto, las sociedades democráticas que asumieron esta idea de la prensa libre, realizaron grandes esfuerzos por procurar un periodismo independiente de influencias, ajeno al poder, que, desde su lugar, pudiera realizar su labor de control y vigilancia al gobierno, como la frase clásica lo figuraba: la principal función de la prensa es "ser los perros guardianes de la democracia" (Bonilla, 2002, p. 87).

Esto es lo que refleja la funcionalidad que le otorgaron las teorías de la comunicación de masas al papel que desempeñaban los medios de comunicación en las sociedades democráticas (Wolf, 1994; Mattelart, 1997; Igartua & Humanes, 2004; Maigret, 2005), función que consistía en ser la principal fuente de información sobre el entorno. Se les miró como "el nuevo ágora" (Sartori, 1998), espacio virtual de visibilización de los problemas colectivos y de discusión de las cuestiones comunes que constituirían la ciudadanía. Lo central en esto, es observar que esta mirada sobre el papel de los medios de comunicación en la democracia suponía siempre que el proceso estaba basado en la actitud racional de los ciudadanos que se informaban de

lo que sucedía a partir de las noticias que recibía de los medios de comunicación, de ahí que se defendieran los principios de objetividad y veracidad en la información.

Para Lamuedra (2012) esto constituyó el centro de la deontología periodística. La información adquiere el carácter de bien público y sus cualidades de imparcialidad, veracidad y objetividad constituirían el centro de la reflexión ética sobre el qué hacer periodístico, así como el principal valor preservado desde el pacto de lectura existente entre el ciudadano y las empresas informativas (cfr. Rincón, 2006, p. 123; Martini, 2004, p. 105). A una información veraz, debía siempre corresponderle juicios racionales sobre los acontecimientos; las opiniones se formaban como respuesta lógica al conocimiento objetivo del entorno, a partir de ello, la acción política se conducía de un modo efectivo, la ecuación información-democracia estaba resuelta.

3. La naturaleza de las noticias en la teoría de Lippmann

Esta continuidad entre democracia e información tiene como garantía una prensa libre y un ejercicio periodístico basado en el método objetivo de fabricación de noticias, según afirma González-Gorosarri (2017). Por la confianza otorgada a la fabricación objetiva de noticias es que se genera un contrato de lectura entre el público y el medio, que se basa en el hecho de creer que lo que dicen las noticias es lo que ha sucedido. De este modo, si se quiere estar enterado de lo que acontece alrededor, a un ciudadano le basta con acudir a los medios para tener un conocimiento suficiente de lo que pasa. Esto señala que la noticia se tiene por representación objetiva de la realidad o del entorno, de la cual es posible fiarse para saber lo que sucede. Es precisamente lo que Lippmann critica de las noticias, que estas no pueden tomarse como representación fáctica o fidedigna de la realidad en ningún caso. Para Lippmann la noticia tiene tres cuestiones que la hacen “(...) limitada para ser la fuente de información de todos los acontecimientos públicos” (Lippmann, 2003, p. 291). Estas tienen que ver con su construcción, con su lógica de producción, y con sus formas de recepción.

Lippmann (2003) establece que no todos los acontecimientos llegan a convertirse en noticia, en primer término, porque es imposible para el ser humano estar enterado de todo lo que sucede así sea lo afín a sus intereses, y mucho menos, de lo que no le interesaría inicialmente conocer, por eso “(...) ningún periódico llega a estar al tanto de todo” (Lippmann, 2003, p. 275). Los periódicos, y por extensión todos los medios informativos, no informan de todos los acontecimientos sino de solo aquellos que: “(...) toman forma que se puede comunicar como noticia” (Lippmann, 2003, p. 276). De acuerdo con los ejemplos que el mismo pensador muestra, ese “comunicar como noticia” opera como un filtro selector que tienen los periodistas y que les permite distinguir los acontecimientos noticiosos, de los que no lo son, dentro de un conjunto amplio de acontecimientos diarios. Ese filtro, desde luego y como se verá posteriormente, actúa como un estereotipo de la realidad que le permite configurar una parte de lo acontecido como noticia. Por eso Lippmann sostiene que: “Las noticias no son un espejo de las condiciones sociales, sino la comunicación de algún aspecto que se impone por sí mismo” (Lippmann, 2003, p. 277). Esa imposición se puede entender como los elementos que le dan materialidad a la noticia, de modo que esta se

hace evidente a los ojos del periodista, puesto que coinciden con sus estereotipos sobre la realidad, como se explicará después.

Lo que se evidencia con esta perspectiva, del modo en que los acontecimientos se vuelven noticia, es que estas no pueden dar cuenta del proceso que llevó a que dicho acontecimiento se volviera notorio, es decir, noticioso. En ese sentido, la noticia siempre es parcial frente al desarrollo social de aspectos más densos de los cuales, la noticia publicada solo es su cara más comunicable. En consecuencia, la posibilidad y la necesidad de que se produzcan noticias está directamente relacionada con los sistemas de registro de los acontecimientos (cfr. Lippmann, 2003, p. 278), de ahí se desprende la preocupación por los datos en la construcción de la noticia. Los datos pertenecen a algún registro y, como tal, ayudan a descifrar el carácter notorio de un acontecimiento. Pero se corre el riesgo de asumir que el hecho, y el hecho social del cual la noticia es su manifestación, se reduzca a los datos, más sabiendo, como bien lo dice Lippmann (2003), que los datos siempre son producidos por alguien diferente al periodista y, por tal razón, se guarda sobre ellos una sospecha de incumbencia y de interés preestablecidos, situación que evidencia la injerencia de agentes de prensa o publicistas encargados de construir la información que posteriormente los periodistas comunican como noticia.

En este punto, la relación que hay entre la noticia y el acontecimiento como reflejo de la realidad, que puede servir de fuente de información, se presenta como lejana. A lo anterior, Lippmann suma un argumento que va aumentando aún más este alejamiento. En el ejemplo de cómo suelen informar los periódicos sobre las huelgas se puede entender mejor este planteamiento, al respecto, dice el autor:

Tenemos por tanto que las circunstancias del conflicto se desarrollan en toda su complejidad; se producen los hechos patentes que las ponen de manifiesto; a continuación, se publican los comunicados estereotipados en que se recogen los indicios y, por último, los lectores dotan a los hechos de un significado particular que previamente han extraído de la experiencia que los afecta directamente (2003, p. 282).

En las tres primeras frases se describe lo que es el proceso de fabricación de la noticia por parte del periodista y este alejamiento que se ha provocado cuando lo que se publica pasa por el cedazo de la selección de lo notorio y del registro por parte de terceros. Ahora bien, esto que ya constituye bastante alejamiento respecto al problema social, se termina de distanciar más por la lógica de comunicación que aplica el periodismo a los asuntos sociales, al respecto describe Lippmann:

No obstante, dado que todas las realidades inmediatas quedan fuera de la experiencia directa tanto de los informantes como del público de la mayor parte de los periódicos, normalmente estos tienen que esperar a recibir algún indicio en forma de hecho patente. Cuando por fin lo perciben, ya sea en forma de abandono del trabajo como medida reivindicativa o en forma de actuación, policial, entran en escena sus estereotipos sobre huelgas y desórdenes. El conflicto perderá así su sabor original, dado que solo llega a conocerse en abstracto

y esta abstracción solo cobra vida por la acción de las experiencias directas del lector y del periodista (2003, p. 281).

Este distanciamiento que se evidencia en la abstracción que ejerce la noticia respecto al conflicto del que supuestamente pretende informar, se termina de configurar por la acción de los estereotipos que tanto el periodista como el lector ponen en juego para la comunicación de los acontecimientos. Estos estereotipos ejercen la función de aparear un aspecto de los hechos sociales, con algo que sea familiar dentro del espectro de lo conocido por el periodista para comunicárselo al lector; pero por esa misma función, lo que pasa es que el conocimiento mismo del conflicto social se diluye. De este modo, la noticia como la describe Lippmann, que pretende, aparentemente, acercar las cuestiones lejanas al público, termina por distanciarlos de ellas.

Lo que también desdice de este proceso de fabricación de las noticias, es que esta intermediación del periodista entre el hecho y su información no tiene como referencia la búsqueda de correspondencias que aumenten el conocimiento de los asuntos públicos, sino la adecuación al universo de conocimiento del lector. Y si el lector está desprovisto de interés por la cuestión, será el periodista quien orientará el acontecimiento de modo que lo haga coincidir con los intereses del lector. Para el ejemplo de las huelgas, el énfasis en las noticias no estará en el conflicto social, laboral o salarial que produce el acontecimiento, sino en las interrupciones y alteraciones que la huelga ocasiona en el espacio público o en la movilidad de los demás ciudadanos (cfr. Lippmann, 2003, p. 283).

Bien podría Lippmann dejar allí la cuestión, y quedarse solo en la denuncia sobre la desinformación, el sensacionalismo o el amarillismo que esta lógica de producción de noticias provoca, por el contrario, bien apunta en decir que esta práctica periodística obedece al modo en que está configurado el oficio periodístico y el funcionamiento de la industria de la información (cfr. Lippmann, 2003, pp. 282-283). El autor sostiene que las dificultades estriban en: "La economía del esfuerzo que solo permite registrar la fase estereotipada de cada situación" (2003, p. 283), es decir, que cada vez es más difícil para los medios contar con mecanismos para registrar todos los aspectos de un hecho social, por lo que se ven abocados a publicar solo aquello que sabrán que podrá ser entendido y aceptado por los públicos y que provenga de registros pertenecientes y proveídos por terceros. El otro aspecto es la capacidad que tiene el periodista de poder percibir "lo que no ha aprendido a ver" (Lippmann, 2003, p. 283), lo que significa esta predominancia del estereotipo a la hora de seleccionar y encuadrar un acontecimiento como noticioso, y que, entre otras cosas, ha institucionalizado algunas prácticas periodísticas que le ahorran tiempo y esfuerzo al periodista para registrar los acontecimientos, pero que sacrifican la comprensión de los hechos, como puede ser el tema de la reproducción del comunicado oficial como constatación de lo sucedido, sin que el periodista mismo lo corrobore empíricamente. Esto también ha llevado, según Lippmann, a que sea difícil la publicación de "un punto de vista no convencional" que algunos periodistas más aplicados puedan encontrar de los acontecimientos. Y una tercera dificultad está en la presión financiera que implica que los públicos no se interesen por las noticias que se publican o que estas les ofendan, lo que como se dijo anteriormente, llevan a enfocar la información de los acontecimientos respecto al gusto y costumbres de los públicos, y no respecto a la realidad de los hechos sociales.

Este procedimiento de estandarización (Lippmann, 2003, p. 284) de la producción de noticias, implica el uso de formas estereotipadas de enunciación de los acontecimientos que le ahorran tiempo a los medios y permiten que la industria informativa supere la presión que implica la competencia por la producción de noticias, pero que sacrifican el conocimiento informado de los asuntos públicos, como lo dice Lippmann en la siguiente sentencia:

Los periódicos, tal y como finalmente llegan a los lectores, son el resultado de una serie de decisiones relativas a qué debe imprimirse, qué orden deben seguir las noticias, cuánto espacio deben ocupar y qué aspectos deben enfatizar en cada caso. No hay ningún criterio objetivo que se pueda aplicar. Todo son convencionalismos (2003, p. 285).

Todos estos convencionalismos no son, sin embargo, discrecionales frente a las decisiones de los editores o los periodistas, sino que son el resultado de la necesidad que tienen los medios de adecuarse a sus públicos y a sus lectores. Esto ha generado que las noticias deban llamar la atención de los públicos para que estos se plieguen a ellas, y para ello, dice Lippmann, la fórmula radica en la conflictividad de las mismas, de modo que despierte emociones en los lectores y ellos se puedan ver identificados con lo que está en juego. Y en eso es enfático el autor, pues concluye que el poder de las noticias está en el crear opiniones, en hacer tomar partido a los lectores mediante el desatar pasiones frente a los acontecimientos, lo cual asegurará una incumbencia futura de lectores que reclamarán los detalles del conflicto de modo que este se profundice, aun cuando los hechos sociales demuestren que se ha superado la conflictividad.

Con esto queda demostrado que en la teoría lippmaniana sobre las noticias, éstas, más que fuente de información sobre los asuntos públicos, constituyen productos orientados a la generación de las opiniones partidistas sobre una versión de los acontecimientos que está dada por la satisfacción de la expectativa del público y la necesidad de economía informativa de los medios, haciendo con ello que lo que debería acercar al público al conocimiento de una realidad social como son las noticias, realmente opere un alejamiento de lo social, interponiendo un *encuadre* sobre lo acontecido desde el cual el público baraja sus opiniones y sus juicios.

4. Estereotipos y pseudoentornos en la conformación de las noticias

Lo que explica el mecanismo de alejamiento que provocan las noticias en la descripción que hace Lippmann del lugar y el rol que desempeñan los medios en la democracia, es la categoría de estereotipo. Desde ésta, Lippmann explicará cómo es que las noticias conducen la opinión y, por consiguiente, también la idea de estereotipo le servirá para explicar la naturaleza de la opinión pública, de la cual las noticias es su combustible; cuestión que le ha servido para que su definición de la misma sea vista generalmente como pesimista, en tanto que no es la razón la que la define, sino la confluencia de juicios limitados sobre los hechos sociales provocados por la gestión de las emociones (cfr. Lippmann, 2003, p. 116).

Lippmann (2003, p. 83) entiende por estereotipos diferentes formas aprendidas y heredadas de percepción que se encargan de reducir la amplitud “del mundo exterior” a cuestiones familiares que sean relativamente fáciles de comprender, de modo que se adelgace el proceso de aprehensión de ese mundo exterior en el que se habita. Lippmann utiliza el término de estereotipos culturales para referirse a ese conjunto de formas y prácticas de percepción que engendran esa forma de mirar. El pensador (2003, p. 101) remarca el carácter perceptual del estereotipo que funciona como un conjunto de impresiones sobre las cosas y que se diferencia de la ideología porque no apunta a cómo deben ser idealmente las cosas, sino a como las percibimos de un modo naturalizado.

Esta naturalización se logra por acción de la cultura y la tradición que se encarga de incorporarlos a nuestros modos de percepción, al punto en que Lippmann afirma que se asemejan a un “factor biológico” (2003, p. 90) para referirse a que ya hacen parte del modo en el cual miramos todas las cosas que nos rodean; enfatiza, están arraigados a la definición de sí y de lo que se ve, que cualquier cosa que los amenace se entiende como “una afrenta a nuestro amor propio” (2003, p. 95). Antecedentes a la razón, están presentes en la percepción antes que la información pase por “el tamiz de la inteligencia” (Lippmann, 2003, p. 95), lo que hace que se esté unido a ellos de un modo emocional.

Lippmann es enfático en defenderlos. Sin ellos, aparecería el agotamiento en la relación con el entorno, pues es imposible conocer todo lo circundante (2003, p. 87). Los concibe como un sistema de defensa de la sociedad ante la abrumadora cantidad de cuestiones que saber que componen virtualmente el estar en el mundo social. Por eso, en su definición positiva pueden verse como: “una imagen coherente y ordenada del mundo a la que nuestros gustos consuelos y esperanzas se han adaptado... son como el molde donde cabemos y nos sentimos bien” (2003, p. 93).

Entonces, si bien son limitados, son necesarios. La limitación que genera respecto a todo lo cognoscible, es el fundamento de su utilidad social, pues hace que ver el entorno no sea agotador; simplifica y familiariza el mundo de acuerdo a un molde establecido y heredado, sin el cual, ubicarse socialmente sería imposible. Están antes de los procesos racionales, pues se relacionan más como modelos emocionales de percepción, por eso pueden parecer imperceptibles, pero en ello es que se hacen eficaces. Por dichas razones, están a la base de las opiniones sociales, son el fundamento de la opinión pública.

Lo anterior se explica porque Lippmann sostiene que los hechos son neutrales respecto a nuestras visiones particulares. Son los estereotipos que, actuando, prefiguran estos como correctos o incorrectos, falsos o verdaderos. Ningún hecho es verdadero, sino después de que sea visto desde un estereotipo (2003, p. 103). De ellos dependen pues los códigos morales desde donde se miran y juzgan los acontecimientos, por lo que para Lippmann esta acción de juzgamiento de los hechos, que se hace desde estereotipos, será siempre incompleta, y como no es posible separarse de los estereotipos para ver el mundo, el juicio que se desprenda de ellos, también será perennemente limitado, es decir, constituyen una forma de representación.

El carácter representacional de los estereotipos se evidencia en algunos de sus productos como las imágenes, alegorías y símbolos que nos hacemos del entorno cognoscible. La función

de las imágenes y las alegorías es la de sintetizar o resumir el entorno a un conjunto limitado de impresiones y sensaciones que se corresponde con el conjunto de experiencias previas, de modo que se crean pseudoentornos, es decir, entornos que se adecuan más a un modo propio de ver las cosas, que las cosas como son, y que tiene la capacidad de conducir los modos de actuar en él. Por eso sugiere Lippmann denominar a esto *ficciones*: “Cuando decimos ficciones no queremos decir mentiras, sino representaciones del entorno que en mayor o menor grado son obra de los individuos” (Lippmann, 2003, p. 33) y que son responsables de la conducta hacia y en el entorno.

Sin lugar a dudas, Lippmann asume, con ello, que las noticias son representaciones del entorno, y sin lugar a equívocos, se pueden considerar ficciones en el sentido de ser, no mentiras, sino el resultado de la aplicación de estereotipos en la reducción el abrumador volumen de cuestiones a saber sobre el entorno público que compone el conjunto de hechos sociales; la siguiente cita del pensador puede dar prueba de ello: “El modelo de estereotipos sobre el que descansan nuestros códigos determinan en gran medida qué grupos de hechos percibimos y bajo que luz” (2003, p. 116). En esto se lee la doble actuación de los estereotipos que inciden en la producción de noticias no objetivas, sino figurativas de la realidad.

Esta actuación es doble porque opera primero en el periodista, que a partir de sus propios estereotipos ve de un conjunto de acontecimientos que componen un hecho social, solo unos pocos que se convierten en noticia. Luego, en la segunda instancia de actuación, estos hechos escogidos como noticia se perciben por parte del público como familiares, entendibles, cercanos, importantes, gracias a que han sido codificados por los periodistas y los medios de acuerdo al repertorio de estereotipos que guardan los lectores. El resultado es que la noticia, que dice ser el punto de partida para informarse sobre el entorno, termina siendo el resultado de una adecuación imaginativa del entorno, mediante la cual éste se percibe como cercano cuando en realidad se torna más lejano. Esto pone al periodista en un lugar de intermediario no entre la realidad social y la noticia, sino entre la noticia y las expectativas del público; tiene más deuda el periodista con la demanda de sus públicos, que con las exigencias de la realidad social.

El último asunto que termina de configurar la naturaleza representativa y no informativa de la noticia es que precisamente debe adecuarse a las expectativas de los públicos, en el sentido de Lippmann (2003, pp. 146-147), debe imaginar la realidad, en cuanto a poder producir una imagen de lo acontecido que sirva para ubicarse en él. Esto quiere decir que hay que desplegar todos los recursos para que los públicos se sientan implicados en las noticias. Para ello, se movilizan las ficciones a las que están acostumbrados, de modo que lo que se comunica, pueda ser adecuado a sus estereotipos y la audiencia se sienta implicada; los recursos narrativos para ello van en una línea que une con efectividad la conflictividad y las pasiones.

5. Conclusiones. La noticia, la opinión pública y el poder, replanteando sus relaciones

Se ha intentado demostrar que la relación planteada por Lippmann entre democracia e información no pasa por la causalidad racional que imprime la difusión de noticias en la

ecuación *información-deliberación*, sino por la conducción perceptual de las opiniones en el proceso *representación-posición* que caracteriza más certeramente la opinión pública. Con esto se quiere recoger la cuestión central de la obra de Lippmann sobre la opinión pública, y que él mismo enuncia cuando afirma:

El núcleo del argumento consiste en que la democracia en su concepción original nunca afrontó en profundidad el problema que se deriva del hecho de que las imágenes mentales de los individuos no se corresponden automáticamente con el mundo exterior (2003, p. 43).

Desde luego que se sabe que Lippmann escribió por lo menos 20 años antes de que la escuela de Frankfurt, por otras vías, llegase a un planteamiento parecido cuando denunció la estrategia de alienación ideológica que se escondía detrás de la producción industrial de la cultura en el capitalismo. Allí, la escuela alemana colocaría la ideología entre la razón y el conocimiento de los asuntos públicos – incluso el más urgente: el de las relaciones de producción y la muerte del espíritu (cfr. Maigret, 2005). En cambio, Lippmann, como se explicó, interpone una cuestión más mundana por así decirlo: los estereotipos como esquemas de percepción. Por eso el problema no está ya en que la sociedad es víctima de un poder ideológicamente dominante, sino que hay una participación consciente con el poder que opera mediante la gestión de las opiniones. Entendió que la naturaleza de la democracia coincidía con la naturaleza del hombre mismo, que es más propenso a moverse desde sus afectos, que desde sus razonamientos. En un tono irónico Lippmann lo sugiere siguiendo esta línea argumental:

Llegaremos a la conclusión de que hicieron caso omiso de ellos, tal y como lo hicieron los primeros demócratas, porque al igual que ellos, solo que, en una civilización más compleja, suponen que en el corazón del hombre existe, en virtud de no se sabe que procedimiento misterioso, un conocimiento innato del mundo que queda fuera de su alcance (2003, p. 43).

El error parece estar en suponer que el hombre acude a lo público enterado de forma natural de todo y que solo lo mueve a actuar su innata inclinación a la razón. Si es así, un debate verdaderamente razonable que se hubiese dado en algún escenario democrático, hubiese evitado cualquier guerra, cualquier intervención, cualquier ejercicio coercitivo, cualquier discriminación. Lippmann trae un poco de realidad a la cuestión, introduciendo primero, la limitada capacidad que tienen los seres humanos para estar al tanto de todo lo que les rodea, y cómo tiene necesidad de imágenes para tramitar la complejidad de sus entornos, ante los cuales, los ejercicios de la representación ficcional son más útiles que lo refinados que puedan ser sus razonamientos. Cuando se trata de la vida política colectiva, la orientación en ella puede ser más efectiva desde un proceso perceptivo que coordina las emociones y da origen a la opinión pública, entendida no como escenario que alberga la discusión racional de ciudadanos informados, sino como el constante posicionamiento de los intereses particulares a partir de la gestión de la representación ficcional del entorno.

Esto reconfigura el lugar de los medios de comunicación en la democracia. Una reconfiguración que solo es teórica, pues se asume con Lippmann que pasa así en la *realidad*. Es sano para el ejercicio periodístico y comunicativo reubicarlo en su relación con el poder. En la ecuación

información-democracia, el periodismo y los medios de comunicación ocupaban un lugar externo al poder (un cuarto poder, diferente de los tres primeros) encargado de vigilar y fiscalizar la actuación de los tres otros poderes. Para ello, genera información sobre sus acciones, de modo que la opinión pública puede deliberar y juzgarlas. Estar informado es una condición de participación y de ejercicio del poder ciudadano, en ello radica la contundencia de dicha acción. Pero el problema es que como ya se demostró, desde Lippmann, es imposible estar realmente enterado, por consiguiente, es imposible deliberar y juzgar basado en información completa, pues solo podemos tener imágenes estereotipadas del entorno.

La idea de participación democrática es el pseudoentorno más naturalizado que existe. Pero con esto es suficiente para que existan los múltiples mecanismos que hacen posible que la democracia representativa funcione: se trata de la imagen de los funcionarios públicos, la imagen de su gestión, la imagen de un gobierno, la imagen de su popularidad, la imagen de los candidatos, la imagen de la oposición, la imagen de todo lo que el marketing político, las relaciones públicas y la comunicación política tienen como objeto (cfr. Gerstlé, 2005). En estas lindes, los medios, quienes circulan y quienes producen estas imágenes estereotipadas que ya describió Lippmann, no pueden estar nunca al margen del ejercicio del poder, no pueden ser un cuarto poder, son en todos los términos constitutivos de un único poder, intrínsecos y necesarios al ejercicio de todo el poder (cfr. Lamuedra, 2012, p. 184). Su labor de difusores de imágenes es vital para la democracia representativa, pero no porque funjan como espacios de debate, sino como agitadores del debate y proveedores de las representaciones donde ese debate se da; como demostró Lippmann, esto ya no pasa por el cedazo de la razón, es más bien un ejercicio complejamente estructurado de la gestión y la conducción de las opiniones, las cuales no se basan en otra cosa más que en nuestras limitadas sensaciones y percepciones sobre el entorno.

Referencias

- Bonilla, J. (2002) ¿De la plaza pública a los medios? Apuntes sobre medios de comunicación y esfera pública. *Signo y Pensamiento*, vol. XXI, 41, 82-89. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011596009>
- Gerstlé, J. (2005). *La Comunicación Política*. Santiago de Chile: Editorial LOM.
- González-Gorosarri, M. (2017). Objetividad no es neutralidad: la norma objetiva como método periodístico. *Estudios del mensaje periodístico*, Vol. 2 (23), 829-846. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.58018>
- Hernández O. & Torres, J. (2015). El Ágora griega. ¿Una oportunidad digital? Acercamiento al estado del arte en Colombia. *Justicia*, 27, 213-224. Disponible en: <http://publicaciones.unisimonbolivar.edu.co/rdigital/justicia/index.php/justicia>
- Igartua, J. & Humanes, M. (2004). *Teoría e Investigación en Comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Lamuedra, M. (2012). Percepción de la realidad mediática y deontología periodística: hacia un periodismo participativo acorde con una democracia deliberativa. *Observatorio (OBS) Journal*, vol. 6 (1), 183-209. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11441/16882>
- Lippmann, W. (2003) *La Opinión Pública*. Madrid: Editorial C. de Langre.

- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de cultura económica.
- Martini, S. (2004). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Miralles, A. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos S.A.
- Noelle-Neuman, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Thompson, J. (1996). La teoría de la esfera pública. *Voces y culturas*, 10. Disponible en: http://campusmoodle.proed.unc.edu.ar/file.php/113/Biblioteca/thompson_la_teoría.pdf
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Wolf, M. (1994). *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.