

## L'esfera pública: quan la comunicació és més que poder

Josep Maria Carbonell

Professor de la Facultat de Comunicació Blanquerna. URL.  
Expresident del CAC

ELS PRINCIPALS TEÒRICS DE LA COMUNICACIÓ del segle passat han insistit en el paper central que tenen els mitjans de comunicació en l'organització i articulació de les nostres societats, així com en els processos de socialització i participació social. Marshall McLuhan (*The Gutenberg Galaxy*, 1963) ja va destacar la notable incidència dels mitjans audiovisuals —i del seu llenguatge— en els processos polítics i socials. Per a Luhman (*La realidad de los medios de masas*, 2000), els mitjans de comunicació representaven un «subsistema» que contribuïa notablement al desplegament de la «societat complexa», en la seva institucionalització, integració i atomització. D'altra banda, Habermas (*La transformación estructural de la vida pública*, 1982) ha teoritzat i analitzat a bastament el pes decisiu dels mitjans de comunicació en els darrers dos segles i ha analitzat l'evolució i el canvi que s'han produït en les societats europees amb l'emergència d'una esfera pública impulsada, entre altres factors, per una incipient premsa que ha creat un espai independent del món econòmic i de l'Estat. Durant el segle XIX, la premsa impulsà el desvetllament de la societat civil, que ajudà a desplegar una esfera o un espai públic alliberat, en part, de les tutelles econòmiques o polítiques. Emergia una esfera pública que contribuïa decididament al desplegament i a la consolidació de les societats liberals. Durant el segle XX, però, Habermas apunta a una «refeudalització» de l'esfera pública com a resultat de



la incidència dels mitjans de comunicació audiovisuals, els quals actuen com a màquines d'adoctrinament en relació amb els ciutadans.

El paper de la premsa escrita en la formació de l'esfera pública ha estat substituïda pels mitjans audiovisuals, primer per la ràdio i, després de la II Guerra Mundial, per la televisió. Per a Al Gore (*The Assault on Reason*, 2007), el sistema audiovisual americà, parcialment desregulat des de l'etapa Reagan, ha generat un fòrum, un espai, en què els individus són constantment manipulats i en què la «raó» difícilment pot imposar-se. És prou conegut per tothom el paper decisiu que tenen els mitjans de comunicació social en la formació de l'opinió pública. Walter Lippman ja apuntava a inicis del segle passat que l'opinió pública era determinant en el sistema democràtic fins al punt que «en els estats moderns, les decisions no es prenen per la interacció de les càmeres legislatives i l'executiu, sinó d'aquest i l'opinió pública» (citada per R. Steel en la introducció a *La opinión pública* de Lippman, 2003). I hi afegia, entusiasmat per la possibilitat d'utilitzar els mitjans com a instruments de propaganda, «que es produïa una revolució en l'art de la democràcia [...] i que cal utilitzar els mitjans com a fàbrica de consentiment [*the manufacture consent*] per a controlar el manat de perplexos [*the bewildered herd*]» (citada en el llibre de N. Chomsky. *Media Control*, 1991). D'altra banda, crec pertinent recordar la distinció que encertadament formula Innerarity (*El nuevo espacio público*, 2006) entre opinió pública i espai públic, recordant que l'opinió pública ja no és aquell espai públic —referència a Habermas— en el qual es juguen els grans temes de la democràcia. També insisteix en el fet que cal distingir entre la realitat i el món que ens arriba a través dels mitjans de comunicació, en el qual «la informació cada vegada té més relació amb l'entreteniment que amb el coneixement», és un món que funciona en el marc de la seva lògica, com a subsistema, que «estableix la realitat comuna com a referència» i en el qual «l'opinió pública és aquella cultura latent que predetermina els nous llocs comuns i estableix el repertori d'afers públics». En el meu llibre *El Primer Poder* (2006) al·lirava, seguint el concepte de *Mediating Structures* del sociòleg americà Peter L. Berger, que «els mitjans de comunicació social i les xarxes de comunicacions electròniques funcionen cada vegada més com les

“ La pressió d'una globalització que s'entén com una mundialització dels mercats, amb immensos interessos econòmics enteranyinats amb els interessos polítics i mediàtics influeixen per posar fi a la lògica de la informació com un bé públic.

principals «estructures de mediació» i, per tant, com a agència generadora de valors en els següents aspectes: en el desenvolupament de l'univers simbòlic dels individus, en la interpretació de la realitat i en la generació i articulació de coneixement».

He volgut començar el meu article amb totes aquestes referències per insistir en dos fets centrals, més enllà de l'esclat que implica Internet, sobre els mitjans de comunicació i el seu pes en la societat: en primer lloc, i gràcies a la digitalització de la informació, l'existència d'una *convergència* de fet entre els mitjans de comunicació i les xarxes de comunicació electròniques, un procés que afecta de manera determinant tota la cadena de valor de la informació i, d'una manera més general, de la comunicació. En segon lloc, el de més pes és la gran influència que xarxes i continguts aconsegueixen obtenir avui dia en les nostres societats. Aquesta *convergència* fa que avui, en bona mesura, tota la nostra societat s'articuli a l'entorn d'aquestes noves xarxes i que els atorgui un poder molt notable. Manuel Castells, en el seu recent llibre, reconeix «...totes les xarxes de poder exerceixen el seu poder influent en la ment humana principalment —però no sols— a través de les xarxes multimèdia de comunicació de masses. Per això, les xarxes de comunicació són les xarxes fonamentals per la construcció del poder en la societat» (*Comunicació i Poder*, 2009).

Unes xarxes que, a més, viuen un procés de privatització, desregulació i globalització sense precedents. En efecte, les grans xarxes de comunicació han estat a Europa històricament en mans públiques; des de les empreses telefòniques fins als ens estatals de radiodifusió. A mitja dècada dels vuitanta comencen l'entrada de les televisions privades, les privatitzacions de les empreses de telecomunicacions, les emissions per satèl·lit i la difusió per cable, més tard, sorgeix Internet i l'esclat

sense precedents que representa. El satèl·lit, la telefonia mòbil, els xips i la microelectrònica, i, sobretot, Internet, fan esclatar tot el sistema de comunicacions. Els països liberals europeus —amb una forta projecció social— havien defensat, a diferència del model estrictament liberal dels Estats Units, la dimensió ètica i social —pública— de la comunicació. Diu el protocol número 32 annex al *Tractat Constitutiu de la Comunitat Europea* sobre el sistema públic audiovisual dels països membres —incorporat al Tractat de Maastricht (1997)—, que considera «el servei públic quelcom directament relacionat amb les necessitats democràtiques, socials i culturals de cada societat i amb la necessitat de preservar el pluralisme dins els mitjans de comunicació». En aquests darrers vint anys el veritable *enjeux* —allò que està en joc— en el camp de les xarxes de comunicació multimèdia és si el model regulat, parcialment públic, amament d'una manera especial al pluralisme intern dels mitjans, es manté o no. La pressió d'una globalització que s'entén com una mundialització dels mercats, amb immensos interessos econòmics, industrials i financers enteranyinats amb els interessos polítics i mediàtics influeixen arreu per posar fi a la lògica de la comunicació i de la informació com un bé públic que no pot estar sotmès només ni prioritziament al servei de la lògica dels grups privats i del mercat. En el rerefons aquest és el gran debat i, evidentment, el que està en joc és el model de cohesió i llibertat de la nostra societat.

Atès el gir de Sarkozy, de Zapatero i d'altres dirigents de països europeus que estan, de fet, desmantellant els serveis públics de comunicació, els que defensem un nivell d'intervenció proporcional i raonable dels poders públics en nom de l'interès públic, ho continuen fent en nom del pluralisme —intern i extern— del sistema de comunicació, en defensa d'uns continguts que permetin que els mitjans vagin més enllà de la seva funció d'entreteniment i que, a més, informin i formin, i en defensa d'uns mitjans arrelats al seu país i a la seva cultura, a la indispensable accessibilitat a les xarxes i, en fi, per intentar aconseguir una societat més culta, digna, democràtica i lliure. Els que defensem la privatització i desregulació volen que els poders públics s'abstinguin d'intervenir en les polítiques de comunicació assegurant que la mà invisible del mercat permetrà el *free flow* —lliure circula-

“ En opinió seva, la comunicació ara, més que mai, és estrictament un negoci.

ció— de la comunicació i que la «concentració empresarial» del sector és el millor camí de futur. En opinió seva, la comunicació ara, més que mai, és estrictament un negoci.

En aquest context, el relat i l'acció política es troben desorientats, sense resposta, o en respostes molt immediatistes, conjunturals i oportunistes. Depèn dels països, però encara ara els mitjans públics continuen sota una excessiva tutela dels governs corresponents. Els mitjans privats en molts països continuen essent molt partidistes, confonen informació amb opinió, amb aliances amb determinats partits o fins i tot amb sectors concrets de determinats partits, ansiosos per aconseguir més quotes de poder o més ajudes públiques de caràcter discrecional. En alguns països sembla com si les empreses de comunicació volguessin substituir els partits, els periodistes, els polítics, i els polítics i els partits dictar els continguts dels mitjans. I tot plegat en un context, el del lideratge d'Internet, que afavoreix la immediatesa de la informació i un cert anonimament que permet un retorn a pràctiques periodístiques contràries als codis deontològics més essencials.

I amb la crisi econòmica, els mitjans públics es troben amb menys recursos i els privats amb menys publicitat. Però amb l'esclat de la comunicació es multipliquen les finestres de comunicació amb l'aparició de més ràdios, televisions, diaris gratuïts, digitals. Les finestres es multipliquen, els recursos financers es redueixen. Les reduccions de plantilla comencen a ser una norma de caràcter general. Les condicions de precarietat laboral cada dia són més grans i amb la precarietat laboral apareix, també, la precarietat de la informació i s'augmenten els condicionants que envolten el lliure exercici de l'informador, de l'editor, del productor. Dit clarament: el sector de la comunicació i de la informació està vivint un dels moments més difícils i crítics. Aquí i arreu del món.

I en relació amb Catalunya només dues notes finals:

1) Una nació és una nació, un país és un país, també, si té un sistema de comunicació propi. Nosaltres som un país pel llegat que

hem rebut dels nostres avantpassats, per la memòria que han teixit la història, els costums i les tradicions, per la llengua que ens ha ofert una cultura i una interpretació pròpia del món que ens envolta, perquè els catalans d'ara ho volem, ho sentim i ho manifestem, però per a ser-ho en els inicis d'aquest nou segle, ens cal, més que mai, un sistema de comunicació propi, en què nosaltres com a poble —comunitat— ens puguem retrobar (B. Anderson: *Imagined Communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*, 1983). I la nostra situació s'ha d'encarar a les dificultats derivades del pes de les llengües i cultures anglosaxones i de llengua castellana que són cada dia més grans al fet de no disposar de tots els mecanismes de protecció que tenen els estats-nació per a garantir la seva llengua pròpia i les seves institucions, als moviments migratoris, a la mateixa globalització del món, que ara és amenaça i oportunitat, a la inexistència d'un grup de telecomunicacions potent propi i a la feblesa i dependències de les nostres indústries culturals i audiovisuals, i a la manca de centres de recerca avançada en el camp de les tecnologies de la informació.



2) No obstant aquestes dificultats, Catalunya té una xarxa de comunicació local, sigui pública o privada, potent i present arreu del territori, té grups privats de comunicació amb tradició i projecció, té una xarxa universitària potent, i té sobretot un actiu estratègic per al present i futur del nostre país: la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, amb una oferta televisiva, radiofònica i d'Internet, assimilable perfectament a les grans democràcies liberal-socials del centre i del nord d'Europa. Amb totes les seves mancances i dificultats, és la nostra BBC, ZDF, France Television, SRG-SRR, ARD, NOP i avui és un instrument de cohesió i civilitat clau per al nostre país. Probablement la CCMA haurà d'ajustar els pressupostos i part de la plantilla, perquè el model de producció audiovisual i radiofònica ha canviat notablement en aquests darrers vint anys i el seu model de gestió és molt millorable, però hem de defensar, en aquests moments marcats per una onada de privatització i de desregulació, uns mitjans públics de comunicació, dotats econòmicament amb els recursos necessaris, perquè es converteixi encara més en el nucli central del nostre sistema nacional de comunicació. El que està en joc és massa greu.