
LOS COMPROMISOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL GERMEN DEL NEOLIBERALISMO

Emiliano Venier

Resumen

Bajo la grilla de inteligibilidad de las ciencias sociales de finales del siglo XIX, y comienzos del siglo XX, la emergencia de la comunicología se hizo cargo, junto al resto de las ciencias sociales, del compromiso de colaborar en el despliegue de los dispositivos y tecnologías sociales de modulación de las subjetividades y de gobierno de la población. Mediante el control de la opinión se pretendió modelar los consensos que permitieran conducir a las sociedades, a las poblaciones, hacia el orden y el progreso en un momento de crisis y de desconcierto del liberalismo. Ese hacerse cargo implicó, entre otras cosas, poder dar cuenta en términos teóricos de las formas de agrupación articuladas con las emergentes técnicas y tecnologías de la comunicación a distancia pareciendo imprimir otra dinámica y otros circuitos a la opinión. Dos movimientos teóricos se destacan en este esfuerzo por dotar de una salida al atolladero del liberalismo: uno de condición más política desarrollado por Walter Lippman y alojado en el círculo rojo de los pensadores de la economía liberal; el otro movimiento, de carácter académico, tendrá su epicentro en la Universidad de Chicago y será el desarrollado por John Dewey y Robert Park.

Palabras clave: Gubernamentalidad - Neoliberalismo - Público - Walter Lippman

COMMITMENTS OF COMMUNICATION IN GERM OF NEOLIBERALISM

Abstract

Under the grid of intelligibility of the social sciences in the late nineteenth century and early twentieth century, the emergence of communicology took over, along with the rest of the social sciences,

the commitment to cooperate in the deployment of devices and social technologies of modulation of subjectivities and government of the population. By controlling the review was intended to model the consensus that would allow lead to societies, populations, towards order and progress at a time of crisis and confusion of liberalism. This take over involved, among other things, to be able to account theoretically forms of grouping articulated techniques and emerging distance communication technologies that seemed to print another dynamic and other circuits to the opinion (and the willingness of individuals). Two theoretical movements stand out in this effort to provide a solution to the quagmire of liberalism: one with a more political status developed by Walter Lippman and stayed in the red circle of thinkers of the liberal economy; the other movement, academic, will have its epicenter at the University of Chicago and will be developed by John Dewey and Robert Park.

Keywords: Governmentality - Neoliberalism - Public - Walter Lippman

Introducción

En los estilos que asumió la práctica gubernamental (Foucault, 2006, 2007; Rose et al., 2006) para la articulación política de los últimos gobiernos en la Argentina es posible advertir el ensamblaje de un conjunto de mediaciones técnicas y tecnológicas de la comunicación y la información a partir de las cuales se ha intervenido en el espacio transaccional donde se configura la opinión pública. La primera aproximación a esa presencia ineludible para pensar el presente, deja entrever una serie de acontecimientos y de interrogantes que alientan a la apertura de una revisión crítica de las técnicas de gobierno de la población pensadas bajo la abstracción sociológica de público, y cuyas modalidades de ejercicio han tenido notable expresión y mutación desde los comienzos del siglo XX hasta lo que llevamos de este siglo XXI.

Siguiendo un planteo genealógico sugerido por Michel Foucault, este trabajo busca dar cuenta de ciertos discursos y enunciados en torno a los medios que constituyen en su expresión una discontinuidad. Desde este enfoque habría una primacía de la dimensión espacial sobre la temporal, es decir de los elementos dispersos que se hacen inteligibles por una racionalidad que los hace funcionar (Calderon, 2003) en un campo o diagrama de fuerzas particular. Como consecuencia de ello más que focalizar

en las continuidades temporales interesan las discontinuidades, más que la búsqueda de la comprensión de origen se busca “localizar la singularidad de los acontecimientos, fuera de toda finalidad monótona” (Foucault, 1993:12) e ir en busca de las emergencias y las procedencias. Ese es el sentido original a partir del cual nos detuvimos en un conjunto de textos producidos en los Estados Unidos durante las primeras décadas del siglo XX previo a la constitución de los estudios en comunicación de masas.

Si uno analiza el momento de emergencia de lo que hoy denominamos los estudios de la comunicación masiva (década del 1920 a 1940), es posible encontrarse con una serie de intereses y apuestas intelectuales, políticas, económicas orientadas a diseñar, instituir o legitimar modalidades y técnicas del gobierno de la población. Bajo la grilla de inteligibilidad de las ciencias sociales, el campo de la ciencia de la comunicación se hizo cargo del compromiso de colaborar en el despliegue de los dispositivos, artes y tecnologías de modulación de cerebros (Lazzarato, 2006) y de gobierno de la población mediante las cuales se pretendió manufacturar los consensos que permitieran conducir a las poblaciones, hacia un destino común de orden, progreso y bienestar. Y es que llegar a ese destino manifiesto -tanto de la razón liberal y como de la razón colectivista- resultaba pensable sobre la base del estado de desarrollo que había habilitado el trinomio industrialización, división del trabajo y la ampliación de los mercados¹. Pero en ese contexto la especialización, la multiplicación de subjetividades y el crecimiento de las poblaciones que el juego de ciertas libertades económicas y políticas comenzaba a producir, ponía incertidumbre sobre el camino a seguir para alcanzar ese horizonte. Entonces ese primer hacerse cargo implicó entre otras cosas poder dar cuenta en términos teóricos de las formas de agrupación y de lo social que se configuraban en el ámbito de las ciudades y que los científicos sociales del siglo XIX abstraerían bajo la idea de masa o multitud en los términos G. Le Bon (1841-1931), S. Sieghel (1968-1913), la noción de clase en K. Marx (1818-1883), y ya entrado el siglo XX, desde la tradición del pragmatismo norteamericano de E. Parks (1864-1944) o de J. Dewey (1859-1952) se pensará bajo la categoría de público, la cual había sido conceptualizada anteriormente por Gabriel Tarde (1843-1904) en Francia.

1- Ver el análisis desarrollado por W. Lippmann en su libro *An inquiry into the principles of the good society* (1944) que fue analizado durante la realización del Coloquio Lippmann.

Pero qué ideas habilitaron la posibilidad de pensar que la gubernamentalidad y la razón de estado del siglo XX, podría hallar en los medios de comunicación masivos uno de los dispositivos necesarios para el ejercicio del gobierno la población. Dicho de otro modo, cuáles eran los elementos que permitieron este interés por los medios de comunicación como dispositivos de sujeción (y subjetivación) política y cultural de los miembros de una determinada población. Intuimos que no necesariamente -o no sólo- fue resultado de una especie de empirismo tecno-estético-científico y/o de apropiaciones con aspiraciones políticas y mercantiles que derivó en una presencia muy visible de estas tecnologías -la prensa gráfica, el cine, la radio, y la televisión- en las sociedades de la primera mitad del siglo XX. En efecto, al mismo tiempo que podemos dar cuenta del desarrollo de esas experimentaciones y esas apropiaciones de los medios de comunicación sería posible recuperar una genealogía de la instalación y acople de un conjunto de ideas mediante las cuales la gubernamentalidad imaginó la dinámica de la economía, la razón de Estado, el arte del gobierno de las poblaciones y el juego de las libertades de los individuos en las relaciones entre unos que gobiernan y unos que son gobernados². En esas ideas que van a promover e instalar los economistas, pensadores y políticos liberales de la primera mitad del siglo XX, Foucault advierte que estamos frente al “nacimiento de un nuevo arte de gobernar” (Foucault, 2007:213) que supone la intervención social y un modo de subjetivación singular para potenciar el despliegue de la economía como ordenador o anudador de la vida de las personas y de las poblaciones. Un elemento que estaba presente en ese ensamblaje de nociones que configuraban ese nuevo arte de gobernar descrito por Foucault, aparece con la necesidad de imaginar cómo se puede dar el establecimiento de consensos en el contexto del juego de libertades promovidos por el pensamiento liberal.

El presente trabajo constituye un ensayo preliminar para la construcción de una grilla de inteligibilidad o analítica del gobierno que permita ver las condiciones en las que emergen, permanecen y mutan los medios de comunicación y la opinión pública como entidades particulares, regímenes de prácticas (Dean, 2010) mediante las cuales se afirman unas mentalidades que se “dirigen a modelar las conductas de las cosas, eventos y sujetos que

2- Para pensar esto nos apoyamos en los cursos dictados por Michel Foucault en el Collège de France (particularmente el que dictó en el año 1978-79 y que se publicó bajo el nombre de Nacimiento de la Biopolítica)

se pretenden gobernar” (Mussetta, 2009:49). Las estrategias que conducen la práctica investigativa están atravesadas por una serie de planteos metodológicos derivados de la propuesta de Michel Foucault para afrontar un itinerario de problematizaciones indicado en diferentes momentos de su obra, pero particularmente en aquellas apuestas que se reúnen en torno a la preocupación por la emergencia y familiaridad de prácticas discursivas y no discursivas producidas por una racionalidad gubernamental desplegada en el mundo occidental del siglo XX como lo es la caracterizada como neoliberal. Esta inquietud por indagar en las racionalidades que focalizan las problematizaciones contemporáneas por el modo en que se piensa el qué y el cómo gobernar, por la forma en que se cuadrícula o regula el espacio de acción de los individuos y de las poblaciones bajo la idea de una “economía de las relaciones de poder” (Foucault en Dreyfus & Rabinow, 1988:243) implica realizar un análisis histórico de los saberes que articulan los juegos de verdad, las técnicas de poder y las formas de subjetividad que definen la experiencia política en el presente. Lo que advertimos es que existe toda una problematización en torno a la presencia de los medios de comunicación en la sociedad de comienzos del siglo XX que encuentra su eje en la abstracción de lo social bajo la forma de público.

Entonces una primera aproximación a esa genealogía del público como categoría de la gubernamentalidad puede configurarse a partir de los momentos que en el devenir del siglo XX admitieron la emergencia de unos procesos y unos acontecimientos que signaron un modo de pensar la comunicación y la opinión como juego de las libertades que articulan en el presente la relación entre gobernados y gobernantes. En ese primer momento coincide el surgimiento de la reflexión y la producción de saberes instrumentales sobre los medios de comunicación masivos con el pensamiento sobre la renovación del liberalismo. Aquí aparecen dos movimientos significativos. Uno de ellos, de tinte más político, tuvo como referente la figura del periodista y analista político norteamericano Walter Lippman (1889-1974) quien, instalado en el círculo rojo del pensamiento liberal, desarrollará la idea de la “manufactura del consenso” (Lippmann, 1919/2011) como técnica de las democracias modernas en momentos que los colectivismos e intervencionismos suponían una amenaza para las libertades de los individuos, y un límite para el despliegue de una subjetividad económica.

Dentro de este momento de gozne del liberalismo, un segundo movimiento, de carácter más académico se articula a partir de la reflexión en

torno a la categoría de público desarrollado por la tradición del pragmatismo norteamericano especialmente en el pensamiento de John Dewey y Robert Park. En el libro *La opinión pública y sus problemas* (Dewey, 2004) publicado originalmente en 1927, Dewey revela un proceso de disolución de lo social y ante esta disolución debe emerger la gran comunidad de comunidades en donde las comunidades son entendidas como agrupaciones de personas por intereses compartidos a los que denomina públicos. Para Dewey y los pragmáticos el público será una forma de asociación de individuos y en su concepción, la educación (o el conocimiento) y la comunicación, constituyen los dos requisitos para la construcción de esa gran comunidad que haga el relevo a la sociedad de masas cuya consecuencia solo conducía a la disolución de los vínculos. Lo que interpela el pensamiento de Dewey en esta genealogía es, por un lado, que el desarrollo de sus ideas se haya producido en el ámbito de las Universidades de Chicago y de Nueva York influyendo significativamente a los primeros investigadores de la sociología pragmática y en los *Mass Communication Research*, pero por otro lado que esas mismas contribuciones de las que abrevaron los estudios norteamericanos pueden rastrearse en la filosofía de la educación desarrollada por Paulo Freire (1921-1997) la que constituye una matriz de la pedagogía y la comunicación popular (*cfr.* Feinberg y Torres, 2001).

Una idea previa sobre la opinión pública

Antes de desarrollar los momentos que queremos visitar, hay una primera idea que encontramos en el curso dictado por Foucault publicado con el título de *Seguridad, territorio y población (1977-1978)* (Foucault, 2008), en el cual se plantea que la preocupación por la opinión pública, por controlar aquello que circula en el espacio público, antecede a la emergencia del concepto de opinión pública y se expresa claramente ya en el siglo XVI con Maquiavelo (1469-1527), a partir de la preocupación por la fama del príncipe. Antes de que se instituya el espacio público liberal de intercambio de las ideas por la cosa pública, la vida del príncipe era velada, manipulada, por su entorno. Foucault señala que con la revisión de la razón de estado durante el Siglo XV y XVI, una función muy importante de los consejeros de la corte era asesorar al príncipe por el cuidado de su fama. En tal sentido lo que importaba no eran la efectividad o pertinencia de las acciones de gobierno, sino que todo giraba en torno a la fama y la figura del príncipe.

Con el advenimiento del liberalismo en el siglo XVII lo que va a emerger es la sociedad civil entendida por Foucault como el espacio transaccional en el que se van a encontrar dos construcciones que fueron necesarias para que el liberalismo pueda sostener el juego de las libertades, el orden político y el orden económico. Esas dos construcciones eran el *homo politicus* moderno (el ciudadano) y el *homo æconomicus* (el empresario). El ciudadano para ingresar en un orden social y político debía resignar una cuota de su libertad para obtener la seguridad y el confort de la vida en común. A cambio tenía la libertad que el *homo æconomicus* posee ya que, una vez admitido en un orden social y político que va a velar por su vida y por su propiedad privada, podrá desplegar su ambición de modo infinito. Entonces a uno (al *homo æconomicus*) se lo incentiva para un despliegue infinito su ponencial y al otro (al *homo politicus*) se le pide que resigne su libertad. La sociedad civil es la que admite la aparición de ambos porque tiene por un lado la dimensión que permite el reflejo de la opinión del ciudadano como miembro de un gobierno; y por otro lado la sociedad civil también representa el mercado, el lugar donde circulan esas mercancías que son el deseo del *homo æconomicus*.

Es este contexto nace la opinión pública y en ese nacimiento se evidencia la doble marca de la opinión pública, que participa por un lado de la mercancía, y por otro lado de esa opinión pública ilustrada, crítica que pretende poner límites a los excesos de poder del Estado. Como que la definición misma de opinión pública está marcada por el emerger en esa esfera transaccional, en ese espacio de encuentro de estas dos lógicas: la lógica económica y la lógica política. Desde esta perspectiva, preguntarse por el vínculo entre información/comunicación y mercancía, resulta un poco vana ya que la opinión pública nace impulsada por la burguesía mercantil en un espacio donde se articulan estas dos lógicas. La opinión del ciudadano reclama ser parte de esta opinión pública crítica y a su vez forma parte de aquello que es necesario que circule para que el campo de la interacción económica funcione.

La comunicación en la renovación del liberalismo

La entrada en el siglo XX constituyó un momento de crisis del liberalismo económico y la economía de mercado. El orden capitalista liberal impulsado desde el siglo XVII por la industrialización, la especialización y la división del trabajo había logrado instalarse en gran parte del mundo occidental

y prometía extenderse al resto del planeta, aunque no sin conflictos y descontentos derivados de las formas de explotación y las desigualdades sociales. Frente a los eventos que mostraban los límites del *laissez-faire*, aparecía la necesidad de una forma de gobierno de la población que permita regular los desequilibrios y allí emergerá el *welfare state*, es decir el estado benefactor interviniendo en dominios que para el orden liberal le estaban vedados: el mercado y la opinión pública.

Esta solución será advertida por los liberales más ortodoxos como un límite al juego de las libertades individuales, una intromisión que no conduce al buen gobierno³, a la felicidad de la población, sino por el contrario, se traduce en formas totalitarias y despóticas.

En la búsqueda de la salida al atolladero hubo dos esfuerzos intelectuales que se irradiaron en los Estados Unidos: uno con origen en la sociología francesa, especialmente de Gabriel Tarde y desarrollado por John Dewey y el pragmatismo norteamericano; el segundo originado en los Estados Unidos en la figura de Walter Lippman. Esta última se destacan por la trascendencia de su recepción en diferentes países de Europa, a contrapelo del sentido que tenía la circulación de las ideas en el mundo occidental hasta ese momento.

Para el primero la crisis debía resolverse apelando a una vía que, por un lado, revise y corrija los errores del liberalismo clásico y conservador (el *laissez-faire*, *laissez-passer*) que condujeron a la crisis; pero que, por otro lado, esa solución no implique poner límites a las libertades individuales, al despliegue de las fuerzas de ese *homo œconomicus* cuyo ímpetu había logrado transformar la condición de vida de gran parte de la población. La iniciativa comenzó a tener carácter orgánico cuando en 1938 el francés Luis Rougier convocó en París a un conjunto de personalidades que estaban pensando esa vía que permita la renovación del liberalismo en aquel momento⁴. La

3- Sin embargo, para Robert Castel (en Corcuff, 2014) el “estado social”, a partir de la promoción de un conjunto de “soportes sociales” como previsión y seguridad social, pensiones y seguros, y otros dispositivos de solidaridad constituyen las bases del individualismo moderno en el orden neoliberal.

4- De la reunión participaron “un importante contingente de extranjeros, entre quienes se encontraban José Castillejo (España), Marcel van Zeeland (Bélgica), John Bell Condiffe, Friedrich von Hayek, Michael Polanyi (Gran Bretaña), Michael Heilperin (Polonia), Ludwig von Mises, Alexander Rustow, Wilhelm Röpke, el Dr. [Alfred] Schütz (Escuela Austríaca), B. Hooper y Walter Lippman (Estados Unidos), profesores participantes de la Facultad de Derecho (Louis Baudin y Bernard Lavergne), de dueños racionalizadores (Louis Marlio, Auguste Detœuf, Ernest Mercier) de la Editorial

reunión llevó el nombre de Coloquio Lippmann en referencia al periodista norteamericano quien el mismo año publicaría el libro *The good society* (Lippmann, 1944), un pormenorizado estudio sobre el estado de la economía y la política en la sociedad occidental de comienzos del siglo XX que sería el *leitmotiv* del evento. El Coloquio Lippmann fue el ensayo para la constitución en 1947 de la Sociedad *Mont Pelerin*, el primer *think tank* de ese nuevo arte para el gobierno que adquirió el nombre de neoliberalismo en aquella reunión de 1938.

La figura de Lippmann resulta sugestiva no solo en el contexto del origen del neoliberalismo, sino también en el origen de las reflexiones políticas, periodísticas y académicas en torno a los medios de comunicación de masas, los procesos de la opinión pública y la conformación de los públicos en las formas de gobierno democráticas del siglo XX. El autor, casi veinte años antes de ser invitado por Rougier, afirmaba contundentemente que “en sentido estricto, la crisis actual de la democracia occidental es una crisis de su periodismo” (Lippmann, 2011, 7).

Los libros *Liberty and the news* (1920), *Public opinion* (1922) y *The Phantom public* (1925)⁵ constituyeron obras referenciales para los estudios en comunicación en Norteamérica y en nuestra región, en especial en los primeros momentos de las escuelas de periodismo y comunicación. Al respecto Noam Chomsky destaca la relevancia de la figura de Lippmann como “la más respetada del periodismo norteamericano durante medio siglo” (Chomsky, 2005). El parecer de Lippman en referencia al juego de la opinión y el gobierno en la democracia se mantiene en un terreno entre una cautelosa expectativa y el escepticismo. En su primer libro *Libertad y Prensa*, aunque crítico de la labor de la prensa, mantendrá cierta expectativa en los medios de comunicación masivos y en la opinión que circula por la prensa, como el pilar que permite la ilustración del público-ciudadano en la Gran Sociedad donde “los individuos actúan y se relacionan entre sí en un entorno que ya no es el mundo visible de los hogares, sus vecindarios y sus comunidades. Es un entorno invisible del que necesitan recibir información” (Lippmann,

de Médicis (Marcel Bourgeois), de altos funcionarios de la administración económica (Jacques Rueff y Roger Auboin, director general del Banco de Pagos Internacionales), y finalmente los que Louis Rougier llamó los “el Congreso juvenil” (Raymond Aron, Étienne Mantoux, Robert Marjolin, André Piatier)” (Denord, 2001/2).

5- Publicados en castellano como *Libertad y prensa* (2011), *La opinión pública* (2003), *El público fantasma* (2011).

2011, 101). Sin embargo, las imágenes del mundo que la prensa acerca a los ciudadanos se conforma en su mayoría, de noticias “sin requisito de fiabilidad, test de credibilidad o castigo por perjurio alguno” (Lippmann, 2011, 33).

Lippmann deja en claro, particularmente en su libro *El público fantasma*, sus cuestionamientos hacia las democracias populares y niega la posibilidad de existencia de un público omnicompetente que pueda asumir una reflexión y una acción política que permita la conducción hacia el progreso. En este contexto la opinión está conducida por los medios de comunicación que contribuyen a formar las imágenes del mundo en la mente de los públicos. Los gobiernos siempre advirtieron en la prensa para establecer los consensos necesarios. Así describe Chomsky la posición de Lippmann al respecto del gobierno en la democracia norteamericana.

“[...] dice [Lippmann] que hay un nuevo arte en el método de la democracia, la manufactura del consenso. Al manufacturar el consenso, puede superar el hecho de que formalmente mucha gente tenga derecho a votar. Podemos hacerlo irrelevante, porque podemos manufacturar el consenso y asegurarnos que sus opiniones y actitudes estén estructuradas de tal forma que siempre hagan lo que les digamos, incluso si tienen un modo formal de participar. Así tendremos una democracia real. Funcionará correctamente. (Chomsky, 2005)

Sin embargo, advierte Lippmann, el logro de ese consenso depende cada vez más de la mediación de las empresas periodísticas, una actividad privada, lo que evidencia una contradicción difícil de resolver para la articulación política, ya en los inicios del siglo XX (Lippmann, 2011). Los problemas que señala son la falta de regulación la actividad periodística, que los periodistas carecen del profesionalismo para asumir esa función y que las empresas periodísticas están manejadas por empresarios que en no pocas oportunidades pondrán el interés particular al interés general. Este escenario, sumado a su comprensión de que los públicos populares son fácilmente moldeados por la propaganda que circula por los medios masivos, termina de configurar el escepticismo que Lippmann guardará para la democracia en la Gran Sociedad.

El problema de la opinión pública para el pragmatismo norteamericano

El otro conjunto de ideas que remiten al modo en que se ha pensado la articulación de lo social bajo la clave de público en el contexto de la crisis de lo social de los primeros años del siglo XX es el desarrollado por la tradición del pragmatismo norteamericano. Dentro de esta tradición cuyo núcleo se estableció en la Universidad de Chicago, son dos los autores que han fijado su interés en desarrollar en profundidad esta categoría explicativa: Robert Park (1864-1944) y John Dewey (1859-1952).

En el desarrollo de esta tradición encontramos ciertas vinculaciones (especialmente en los trabajos de Park) con el concepto de público desarrollado por Gabriel Tarde en su escrito de 1901 titulado *La opinión y la multitud* (Tarde, 2013) donde plantea distinguir la forma de masa o multitud -utilizadas por la sociología del siglo XIX- y propone la noción de público o públicos como “la forma moderna de los colectivos sociales” (Nocera, 2008) que caracteriza la era. Para Tarde el público es una agrupación social dispersa en la que la afectación de las mentes de unas sobre las otras se produce por una acción a distancia (*cf.* Tarde, 2013). En este sentido la idea de público se vincula más con el tiempo que con el espacio. La temporalidad, la actualidad promovida por la prensa es determinante para la conformación de los públicos. Asimismo para Tarde el individuo puede formar parte de diferentes públicos lo que le brinda a esta forma de asociación un carácter singular ya que por ejemplo, un individuo no podría formar parte de dos clases sociales al mismo tiempo. El público constituye una relación más desterritorializada que las otras formas de vínculo enlazada por una “comunicación de espíritu a espíritu” (Tarde citado en Lazzarato, 2006:114) en la que opera todo un proceso de persuasión irradiada desde los medios de comunicación (Tarde se referirá fundamentalmente a la prensa escrita) y favorecida por la sensación de actualidad que estos construyen con el dispositivo de la noticia. Esa “sugestión a distancia” (Tarde, 2013:88) que produce la prensa a los individuos que constituyen su público se hace posible para Tarde porque existe una práctica intensa en la vida urbana de sugestión por proximidad en un proceso imitativo que el autor describirá minuciosamente. Tarde introduce la figura de publicista⁶ en relación con el público. El publicista es proclive a

6- Puede resultar sintomático que la noción de publicista sea retomada unos pocos años más tarde por Emil Dovifat para definir un campo de estudios empíricos sobre

captar un estado de conciencia individual (estado de espíritu para Tarde) al cual le da una expresión. Ese estado de espíritu se vuelve una especie de fuerza colectiva que conducirá, por seducción/persuasión, a otros individuos (*Ibid.* p. 95).

Robert Park, quien en 1904 publicará su tesis doctoral bajo el título “La masa y el público: una investigación metodológica y sociológica” (Park, 1996). En este trabajo el autor parte de las conceptualizaciones realizadas desde la psicología social o, como él denomina, psicología de masas, recogiendo los aportes de autores como Sighele, Le Bon o Tarde quienes contribuyeron a comprender las dinámicas de las formas de agrupamiento y organización de personas en las grandes ciudades del mundo occidental moderno. Los conceptos clave de esas dinámicas serán los de imitación y oposición recuperados del pensador francés Gabriel Tarde (Nocera, 2008). En esta tesis, si la idea de imitación le permite a Park ubicar el proceso que alimenta y configura una asociación determinada; la oposición, llevada a una perspectiva colectiva, le permitirá describir el fenómeno de la opinión pública que será resultante del “comportamiento crítico” de individuos o grupos.

“La llamada opinión pública no es más que un impulso colectivo carente de ilustración que puede manipularse con eslóganes. El periodismo moderno, del que se supone que instruye y dirige la opinión pública al informar y discutir sobre los acontecimientos, tiende a convertirse sencillamente en un mecanismo para el dominio de la atención social. La opinión que surge de esta manera adopta una figura lógicamente similar al juicio derivado de la percepción irreflexiva: la opinión se forma directamente al percibir la idea.

Es característico de la masa que se mueva siempre en la etapa perceptiva del desarrollo de la conciencia. En cambio, lo característico del público es que su conducta, que se expresa en la opinión pública, sea el resultado de una discusión en la que los individuos adoptan posiciones opuestas. Tal discusión se basa en el relato de los hechos.” (Park, 1996:404)

La producción de una agrupación social cualquiera en un público se funda para Park en los valores objetivos que discutan y compartan individuos los medios de comunicación masivos que se denominó la Publizistik (Valbuena, 2000) que sostenía un modelo verticalista de la comunicación.

reflexivos en torno a determinadas construcciones ideales del mundo (Park, 1996:405).

Por su parte, John Dewey desarrolló la conceptualización del público en el libro *La opinión pública y sus problemas* (Dewey, 2004). Aquí la idea de público hace referencia a una forma de asociación de individuos en defensa o en la promoción de unas consecuencias que se producen por las transacciones privadas o públicas. Como las consecuencias de las acciones pueden extenderse más allá de los implicados directamente en las transacciones, Dewey define dos tipos de intereses y de medidas de regulación de los actos; en un caso el control se dirigirá a los directamente implicados, en otros casos cuando el interés se genera por estar afectado por la influencia práctica de la acción en cuestión, el control debe ejercerse por medios indirectos. A partir de aquí posiciona Dewey su hipótesis.

“Los afectados indirecta y seriamente para bien o para mal forman un grupo lo bastante distintivo como para exigir un reconocimiento y un nombre. El nombre escogido es el público. Este público se organiza y se hace efectivo mediante los representantes que, como guardianes de las costumbres, como legisladores, como ejecutivos, jueces, etc., se ocupan de sus intereses específicos utilizando para ello unos métodos con los que se pretende regular las acciones conjuntas de los individuos y los grupos. Entonces en este sentido, la asociación se procurará a sí misma una organización política, y nace algo que viene a constituir el gobierno: el público se constituye como un Estado político”. (Dewey, 2004:75)

Para sugerir el interés por la opinión pública, Dewey ejemplifica con la conversación que cuando es entre dos individuos, en general, constituye un acto privado. Allí posiciona una trans-acción de tipo privado cuya consecuencia puede ser pública en virtud del tenor de la conversación o de su objeto. El caso de los medios de comunicación masivos implicará siempre consecuencias (positivas o negativas) directas o indirectas para todo un conjunto de individuos que conforman o integran o conviven en una determinada unidad política territorial. Esa afectación se da en el plano de la estimulación de determinadas corrientes de opinión y también en la estimulación de determinadas conductas o pautas de comportamiento que son fijadas en los diferentes productos culturales que circulan. Entonces a partir de la comunión que se establece en torno a las opiniones o a las pautas,

los individuos que conforman una comunidad de sentido o de intereses se agruparán conformando un público más o menos activo.

El planteo de Dewey es un planteo constructivista en el sentido que plantea que la democracia y el Estado son invenciones que se ajustan a las necesidades de determinados grupos, asociaciones o públicos. Con ello se propone demostrar que la posibilidad de una democracia está más cerca de un arte que de una ciencia. Solo hay que remitirse a la historia, dice Dewey, y constatar cuales han sido los movimientos, las necesidades y las fuerzas que han dado lugar a las formas de gobierno que luego se instituyeron. Esas formas institucionales han asumido diferentes modalidades en diferentes momentos y sociedades. La posibilidad de profundizar la democracia para Dewey se asienta en el paso de la Gran Sociedad (la sociedad industrial, desintegrada, de multiplicidad de públicos descoordinados y desconectados) a una Gran comunidad conectada y activa en la comunión de intereses individuales y colectivos. La apuesta de Dewey por la Gran Comunidad se elevará a partir de dos pilares: el conocimiento social y la comunicación.

El conocimiento social es un conocimiento práctico de cómo identificar, recuperar y conducir las necesidades de los públicos o comunidades específicas. En este plano la comunicación asume una doble relevancia en el sentido de constituir una herramienta para favorecer el diálogo de puesta en común de las percepciones individuales y poner en circulación los flujos de la opinión colectiva. Por otro lado, la comunicación se vuelve relevante para poner en común el conocimiento social generado de modo que pueda alimentar procesos de apropiación por parte de individuos y grupos para mejorar las formas de vida y la experiencia política y gubernamental.

Conclusión abierta

Este primer ensayo de una analítica en torno a los medios de comunicación y la categoría de público bajo la perspectiva genealógica nos habilita una serie de inquietudes que alientan la apertura a una revisión crítica de los distintos espacios de enunciación que focalizaron en estos objetos. La primera de ellas es porque, a pesar de las resistencias a la forma pastoral de conducir a la población (Foucault, 2007) los distintos regímenes de gobierno (más a la derecha o más a la izquierda) recaen en una actitud tutelar de las conductas de las audiencias resignando, de ese modo, la concesión de libertad al

individuo y exigen cierta servidumbre en el juego de lo hegemónico y lo contra hegemónico. Si desde la emergencia de la sociedad civil la libertad económica requiere la limitación de las libertades políticas, entonces bajo qué concesiones, en el marco de qué apuestas y luchas, y frente a qué amenazas ese *homo politicus* (la sociedad civil), se le sigue pidiendo que resigne una cuota de libertad y le transfiera a una forma de gobierno estatal el poder de intervenir en el espacio de la opinión.

La tesis sostiene que en la aproximación a ciertos momentos acontecimentales teóricos y políticos -como es el nacimiento del neoliberalismo y la problematización de los medios de comunicación entre las décadas de 1920 y 1940-, podría encontrarse todo un indicio sobre las voluntades de supervisar aquello que circula en la sociedad bajo la denominación de opinión pública e indirectamente el modo de gobernar aquello que se quiere gobernar a través de la forma de público. Este fenómeno no es novedoso: ya en el siglo XV y XVI podemos encontrar toda una preocupación por controlar la fama del príncipe. Entonces allí: ¿qué dispositivos se van desplegando para modelar esa opinión pública? ¿cuáles son las estrategias y los compromisos que esos dispositivos han ido asumiendo en las relaciones de poder?

Parte de las respuestas a estas inquietudes las podremos ir construyendo a partir de los textos de Dewey y de Lippman pues las problematizaciones que asumen uno y otro en torno a los vínculos entre los medios y la dinámica política, propician una entrada para comprender un conjunto de enunciados en torno a la comunicación y su funcionalidad en la sociedad moderna, que se irán ensamblando con otros enunciados para configurar un régimen de verdad singular. En ambos autores aparece la centralidad de los medios y del periodismo como dispositivo modulador de la conducta del individuo resultando claves en la construcción de una “gran sociedad” o una “gran comunidad de públicos”. Pero también encontramos en Dewey y Lippman un conjunto de críticas incipientes a las formas de gobernar la opinión pública, de gestionar la comunicación, de pensar la comunicación y de categorizar al actor social como público, es decir en una relación particular con los medios de comunicación masivos.

Entonces para conducir a la sociedad y sus individuos se vuelve necesario el despliegue de todo un conjunto de intervenciones más o menos sutiles, sobre los medios y los periodistas. Por ello este saber que se configura en el nacimiento de los estudios sobre la denominada comunicación de masas

respondería a una apuesta del pensamiento liberal por construir una forma económica del ejercicio del poder, una forma que permita gobernar pero no en demasía, de conducir las conductas pero sin tanto ímpetu.

En el modo en que se conjuga esta consideración puede desarrollarse por un lado, toda una genealogía de las artes y técnicas mediante las cuales se han venido especulando el rol y expansión de las potencias gubernamentales en diversos espacios y campos de acción. Pero también se develan las definiciones en torno al lugar que ocupan los gobernados en los procesos de subjetivación a partir de las cuales en una racionalidad gubernamental como la neoliberal se articula el juego y las luchas por unas formas de vida social y económica en el presente.

BIBLIOGRAFÍA

Calderon, P. (2003). “Michel Foucault par lui-meme”. Francia: ARTE France / BFC Productions. Recuperado el 5/10/17 de <https://www.youtube.com/watch?v=jCJn-EzdkEg>

Chomsky, N. (2005). “La propaganda”. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 90, 3. Quito: CIESPAL.

Corcuff, P. C. (2014). *Las nuevas sociologías: principales corrientes y debates, 1980-2010*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Dean, M. (2010). *Governmentality: Power and Rule in Modern Society*. London: Sage. Recuperado el 10/11/17 en <https://doi.org/10.5860/CHOICE.47-6521>

Denord, F. (2001). “Aux origines du néo-libéralisme en France. Louis Rougier et le Colloque Walter Lippmann de 1938”. *Le mouvement social*, 195, 9-34.

Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid: Ediciones Morata.

Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (1988). *Michel Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. Buenos Aires. Nueva Visión.

Foucault, M. (1995). “Crítica y *Aufklärung* [¿Qué es la crítica?]”. *Revista de Filosofía*, 8, 1-18. Venezuela: Universidad de Los Andes. Recuperado el 2/6/2015 de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/15896/1/davila-critica-aufklarung.pdf>

- (2006). *Seguridad, territorio y población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- (2007). *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Feinberg, W. y Torres, C. A. (2001). “Democracy and Education: John Dewey and Paulo Freire”. *Educational Practice and Theory*, (23) 1, 25-37.

Lazzarato, M. (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta Limón Ediciones.

Lippmann, W. (1944). *The good society*. Gran Bretaña: George Allen And Unwin Ltd.

- (2011). *Libertad y prensa*. Madrid: Editorial Tecnos.

Mussetta, P. (2009). “Foucault y los anglofoucaultianos: una reseña del Estado y la gubernamentalidad”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, 51(205), 37–55.

Nocera, P. (2008). “Masa, público y comunicación. La recepción de Gabriel Tarde en la primera sociología de Robert Park”. *Nomadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19(3), 145-159.

Park, R. (1996). “La masa y el público: una investigación metodológica y sociológica”. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, 74, 361-426.

Rose, N.; O'Malley, P.; Valverde, M. (2006). “Governmentality”. *Annual Review of Law and Social Science*, 6, 83-104.

Ruidrejo, A. (2006). *Foucault: modernidad y libertad. (Los avatares de la crítica)*. Tesis para obtener título de Maestría en Filosofía Contemporánea, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta. Salta.

Tarde, G. (2013). *La opinión y la multitud*. Buenos Aires: Editorial Urbanita.

Valbuena, F. (2010). “Los medios en la publicística alemana”. Recuperado de <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi28.pdf>

Artículo recibido: 8/09/2017

Artículo aceptado: 29/12/2017

EMILIANO VENIER

Docente, investigador y extensionista de la Universidad Nacional de Salta (Argentina), donde se desempeñó como director de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba. Magister en Planificación y Gestión de la Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Doctorando en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Jujuy. Miembro del Proyecto de Investigación CIUNSA N° 2366 “Gubernamentalidad, poder pastoral y crítica”.

emilianovenier@gmail.com