

La mediación-medición o viceversa.

Ricardo G. Viscardi.

Cita:

Ricardo G. Viscardi (2009). *La mediación-medición o viceversa*. *Encuentros Uruguayos*, 1 (1), 14-17.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/ricardo.g.viscardi/5>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/p0vR/a9o>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

La mediación-medición o viceversa¹

El ocaso de la política partidaria en versión presidencial

Contrariamente a una percepción que la actualidad parece confirmar, la impugnación de las encuestas de opinión pública comienza en el Uruguay a mediados de los 90'. También puede sorprender, ante un cuestionamiento que se presenta con un sesgo inconformista, que haya sido Julio María Sanguinetti quien lo iniciara, sobre todo, porque ocupaba en aquel entonces la presidencia de la república.² El planteo de Sanguinetti se inscribía en un clima de creciente interrogación acerca de las tecnologías de la comunicación y la información -que todavía llamamos “nuevas”- en la actividad política. Bajo la iniciativa de Eduardo Avenia, se organizó en el correr de 1993 una mesa redonda³ acerca de la posibilidad de una Democracia Directa.⁴ Esta democracia directa era puesta en perspectiva por la posibilidad de la interactividad por medios electrónicos, en tanto intervención, no mediada representativamente, de cada ciudadano.

El planteo de Sanguinetti presentaba, en el segundo semestre de 1995, elementos por demás atractivos para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, servicio universitario donde propusimos su planteo crítico, junto con nuestro recordado Pablo Astiazarán, en el seminario “de cuestiones especiales y de actualidad de la comunicación”. No podía sino seducir a los estudiantes de comunicación que Sanguinetti presentara la posibilidad de la substitución del poder político, en su forma canónica, o sea ejercido por los partidos políticos y los estados, por el poder emergente de los medios y las encuestas. En segundo lugar esa posibilidad teórica adquiría una unción testimonial, en tanto no provenía de un *outsider*, sino del presidente de la república.

Un elemento que *prima facie* pasó desapercibido en aquel comienzo, parece actualmente de extraordinaria latitud conceptual, ante todo en razón del vínculo entre medios de comunicación (Sanguinetti se refería a los medios masivos dominantes, radio y televisión) y encuestas de opinión pública. Incluso bajo el criterio con que la abordaba Sanguinetti, tal vinculación constataba sin rodeos

1 Publicado en Viscardi, R. “La mediación-medición o viceversa” (2009) *Encuentros Uruguayos* N°2 (segunda época) Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Montevideo, pp.14-17.

<http://www.fhuce.edu.uy/images/archivos/REVISTA%20ENCUENTROS%20URUGUAYOS%202009.pdf>

2 Pereira, G. “Sanguinetti cree que los medios son “más fuertes” que los estados y los gobernantes” (14/09/95) *Búsqueda*, Montevideo, p.10.

3 Participaron Eduardo Avenia, Romeo Pérez, Alfredo Errandonea (h) y quien escribe.

4 Este movimiento mantiene un sitio web en la dirección www.democracia-directa.org

una concomitancia entre medios y encuestas, sin que la intersección de los dos campos comportara, para el presidente en ejercicio, un vínculo crítico en sí mismo.

Sanguinetti subrayaba, en tanto constatación ilustrativa, que una vez instalado un gobierno legitimado por las urnas, el lugar que había adquirido en el pináculo del Estado se veía, pocos meses después, desvirtuado por la difusión masiva de encuestas de opinión que desacreditaban su representatividad. El triunfador en una competencia magna terminaba poco después por verse disminuido, por esa vía y sin mediar una consulta electoral del mismo rango de legitimación, a los ojos de las mayorías ciudadanas. Este escenario se ha repetido con posterioridad en múltiples ocasiones, en cuanto acarrea el súbito descaecimiento de la figura pública de un protagonista o un partido, incluso cuando ayer parecían favorecidos por el voto ciudadano.⁵

De la mano del cotejo que compara dos fuentes de poder y de legitimidad, la comicial y la periodística, este descaecimiento de la estabilidad ciudadana de la opinión pública condujo a la hipótesis de la sustitución posible de un poder institucional por un poder mediático. Lo nuevo no parece ser la cuestión de un cotejo de poderes, que desde hace mucho incluye a la gran prensa en tanto “cuarto poder” que se identifica además, en tanto vínculo objetivo propio de la opinión pública, con la naturaleza propia a distintas instituciones y medios de comunicación.⁶ La preeminencia que adquieren los medios de comunicación y las mediciones de opinión no se vincula de forma prioritaria, en el escenario de los 90’, a la manipulación de la representación ciudadana en el sistema institucional, sino ante todo a la transformación de la condición política en una índole primitiva. El creciente influjo de los medios sobre la actividad estatal y partidaria, que también consignaba Sanguinetti en sus declaraciones, incluso parece sugerir la sustitución de un ámbito de actividad presencial por un campo de vínculos a distancia, capaz de subordinar a su gobierno idiosincrásico el campo formal de las instituciones. Tal influjo ha sido estudiado de forma ejemplar con relación al propio poder judicial y la justicia impartida desde ese ámbito.⁷

Los medios de sus propios fines

Al condensarse un ámbito de interrogación diferenciado del consabido tema del “cuarto poder”, se abre un ángulo de proyección alternativo, en cuanto la cooperación de intereses entre medios masivos y

⁵ El caso de Sarkozy, abandonado por la opinión pública pocos meses después de obtener una resonante victoria electoral se encuentra entre los más significativos.

⁶ Por ejemplo en “El ciudadano Kane” de Orson Wells.

⁷ Blanc, G. “Du modèle judiciaire aux procès médiatiques” *Hermès* 17-18, 63-72, Communication et Politique, Paris.

encuestas se vincula ante todo a una misma inclinación cultural. La connivencia entre mediciones y medios sugiere que unas y otros propenden a una misma condición del saber, en cuanto tal saber supone un conocimiento de mediación-medición. Los medios expresan su conocimiento sobre sí mismos en tanto medición de audiencias, que introducen los procedimientos estadísticos en el conocimiento del propio desarrollo mediático. Las encuestas de opinión movilizan heurísticamente, por su lado, idénticas mediciones estadísticas, a través de la interpretación numérica de la opinión pública. Tal suposición –de la validez correlativa entre información matemática y cuerpo social- configura la suposición metodológica formal, en cuanto admite como fundamento teórico una regulación inherente a la opinión pública, supuesto sobre el que se elabora ontológicamente la relación de verificación entre el instrumento de medición (estadístico en particular) y la condición política de un conjunto ciudadano.⁸

La circularidad entre medios y encuestas consiste en que mientras los medios se presentan como la mediación necesaria, información mediante, al propio cuerpo social, las encuestas se presentan como el saber propio a la información, una vez que se toma por objeto de la medición estadística al mismo cuerpo social. Lejos de consistir en un juego de palabras, este dispositivo que solapa entre sí el conocimiento y la mediación, bajo forma de correlación unívoca entre datos y significaciones, se hace patente en el mismo procedimiento informatizado que el análisis del discurso se propuso con relación a *corpus* constituidos en lenguaje natural.⁹

No sólo la analogía queda firme, entre mediación y saber, porque se haya propuesto una formalización algorítmica de la significación en lenguaje natural, sino ante todo porque tanto los procedimientos tradicionales de encuesta sociológica, como los procedimientos supuestamente alternativos de estudio del discurso ordenados algorítmicamente, pueden por igual ser incluidos en el criterio epistemológico de confirmación. En la perspectiva carnapiana del conocimiento, se satisface el concepto lógico a través de la suficiente incorporación del concepto empírico.¹⁰

Tanto uno como otro concepto pertenecen al lenguaje L, propio de la ciencia. Tal lenguaje se presenta constituido, sin obstáculos formales, por el concepto. Este concepto valida, por lo tanto, el saber en

8 Para Heidegger, la técnica es concebida en esa tradición de un orden que preexiste a su expresión cognitiva, en tanto *instrumentum*, esto es, “un medio para fines” Heidegger, M.(1958) *Essais et conférences*, Gallimard, Paris, pp.10-11.

9 Mainguenu, D. (1976) *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*, Hachette, Paris, pp.91-92.

10 Consignamos la puesta en perspectiva epistémica del análisis del discurso por J. Sumpf en Viscardi, R. (1987) “Principales interrogante y aspectos interdisciplinarios del análisis del discurso político” en *Introducción al análisis del discurso político*, FCU, Montevideo, p.23.

tanto mediación consigo mismo, entre el concepto lógico y el empírico. Esa transparencia habilita una misma consistencia tanto para la información como para el cálculo: la mediación alberga a una y a otro por igual, en tanto correlación pura, que intercede ante una parte de sí, mediada por sí misma.

La comunicación interactiva introduce, a través de las tecnologías informatizadas y telemáticas del audiovisual, un giro en la condición de la mediación, en cuanto la sobrepone al orden natural que la albergaba en una farragosa vinculación con el trabajo y la resistencia de la materia. La mediación a distancia admite una acepción estrictamente conmutativa: como el pensamiento, la comunicación también puede ser “pura”, en tanto no depende sino de la decisión operativa de la emisión-recepción. Esta “definición operacional del ser”¹¹ es la cristalización de la metafísica en tanto transparencia de la comunicación, efecto de sí misma, incluso por otro.

Los *indicis*os

Parece natural para esta muerte de la naturaleza del trabajo práctico, con su carga de subjetividad biológica, que las encuestas se publiciten por los medios que las convierten en efectos públicos a ser, a su vez, medidos.¹² La mediación-medición o viceversa, encierra, sin embargo, un efecto congénito que ya estudiara Austin: el habla instala la realidad social. Esta instalación sólo puede ser social, pública, involucrar la conciencia de los participantes y la legitimidad de las instituciones, si las cosas son efecto de las elocuciones que las profieren.

Para mediar eficazmente entre unos y otros las preferencias provienen, necesariamente, de unos y otros, diferenciación que encierra la opacidad de los contradictorios, cuando no de los contrarios. Entendida en tanto condición *sine qua non* de la intervención hablada en la sociedad humana, la opacidad abandona por esta vía la sombra refractaria a la claridad conceptual y se convierte en el gesto elocuente que sostiene un decir. Este decir no se considera desde entonces tributario de la exactitud formal, sino condición manifiesta dotada de alcance persuasivo, por lo tanto, la opaca vinculación entre impares funda el sentido de hablar para persuadir, antes que buscarlo en la transparencia unívoca de expresiones.

Tal opacidad elocuente que anuncia la puesta en común de lo heterogéneo no condice, sin embargo, con la exactitud formal que anima el criterio matemático de la medida, ni con la claridad informativa que

11 Baudrillard, J. (1988) *El otro por sí mismo*, Anagrama, Barcelona, p.15.

12 Ver al respecto Bolón, A. “La timba y la tumba” (14/08/09) *Brecha*, Montevideo, p.8.

pretende sellar una condición inequívoca de la expresión. Esta pretensión de transparencia en un mundo donde la opacidad proviene paradójicamente de la misma movilización masiva e interactiva de los enunciadores, interpelados en razón de una opinión programada y movilizados en aras de una singularidad inducida, sólo puede acarrear la catástrofe, cuando se pretende convalidar una transparencia fundada en la veridicción del contexto.

Por esa razón y no por una supuesta subversión de potestades legítimas, que como tales emanan de los propios eventos institucionales, el incremento de la comunicación tecnológica va de par con la disolución del sistema político, en tanto este último exige la transparencia sistemática de la representación pública. Proponer una substitución entre política y comunicación significa no admitir que el auge de la vinculación mediática, en cuanto se sostiene en la influencia de la medición difundida, significa asimismo el desplazamiento que lleva de un plano de subjetivación y socialización a otro inédito. El auge de la mediación-medición conlleva un aumento de los indecisos, que debieran entenderse, por lo mismo, en tanto *indicisos*, que no encuentran sentido en definirse entre versiones contradictorias, cuando estas versiones provienen de la necesidad mediática y no de la mediación de una necesidad.¹³

La endogamia que transluce la circularidad entre medición y mediación, característica propia del aparato mediático, convierte toda diferencia en un incesto conceptual entre los índices de popularidad y las estrategias declarativas. En tales condiciones, un sector creciente de la opinión pública rehusará dar anuencia a la vacuidad instrumental y operativa de la política mediática. Tal como sucedió recientemente en las elecciones internas de los partidos políticos, aumentará la renuencia de la población a endosar la simulación de realidad con su propia opinión, así como se incrementarán los errores de la medición, en razón de la propia irrealidad inducida por la mediación, como efecto de la condición endogámica que promueve la mediación-medición o viceversa.

13“Lo que insinúan las encuestas” *Observa* <http://www.observa.com.uy/elecciones2009/nota.aspx?id=87646&ex=25&ar=1&fi=13>