

DAHLGREN, P. *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. 232 pàg. ISBN: 978 0 521 52789 7

PER VIKTORIJA CAR

Professora ajudant de la Facultat de Ciències Polítiques de la Universitat de Zagreb (Croàcia)



Una nova manera d'assolir el compromís polític sense inculpar els mitjans de comunicació

El llibre de Peter Dahlgren *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy* no és pas un llibre típic d'autoajuda que ofereixi una llista de "consells" de com els polítics haurien d'utilitzar els mitjans de comunicació o de com els mitjans poden ajudar els ciutadans a incrementar el seu compromís polític. En lloc de donar respostes, l'autor en planteja d'altres de noves.

Peter Dahlgren és professor emèrit dels Estudis de Comunicació i Mitjans de la Lunds Universitet (Suècia). Una gran part de la seva feina se centra en les nocions *mitjans de comunicació* i *comunicació*, *esfera pública* i *caràcter democràtic de la societat moderna actual*. És autor o editor d'un bon nombre de llibres, entre els quals, *Television and the Public Sphere* (1995), *Television Across Europe* (2000), *Young Citizens and New Media: Learning for Democratic Participation* (2007) i *Young People, ICTs and Democracy* (2010), i és un dels autors més citats en el camp dels mitjans i de la comunicació.

La primera dècada del segle XXI és considerada com la més desafiadora per al desenvolupament dels mitjans de comunicació. L'apogeu d'internet, i la seva dimensió comunicacional, han canviat el flux d'informació unidireccional preexistent dels mitjans i la naturalesa del compromís polític. És evident que el desenvolupament dels mitjans de comunicació en línia ha canviat la dinàmica de com els ciutadans utilitzen els mitjans de comunicació per avançar en el projecte democràtic, així com les possibilitats d'assolir un major compromís polític i social dels ciutadans impulsat pels mitjans. En aquest llibre es qüestiona la relació ambivalent de la ciutadania i de la democràcia amb els mitjans de comunicació, i aborda el compromís polític i la ruptura del compromís, així com el paper dels mitjans de comunicació respecte d'aquesta qüestió, com a part integrant de la tensió entre els ideals de la democràcia i la realitat actual.

El llibre comença amb un capítol introductori i, a continuació, es divideix en 8 seccions. El primer capítol, "Democracy

in Difficult Times" ('democràcia en temps difícils'), presenta una visió general dels factors que contribueixen a les dificultats actuals de la democràcia, i posa l'èmfasi en els problemes específics de la disminució del compromís o de la participació política. Des del punt de vista de John Keane (2009), la democràcia és molt més que eleccions periòdiques; tanmateix, mentre que ell celebra la "democràcia monitoritzada" i el poder dels ciutadans, Dahlgren subratlla que les tendències a llarg termini de les democràcies occidentals estan registrant un descens en el nombre de votants, la lleialtat als partits i la confiança en el govern (pàg. 12), tot plegat, acompanyat del fet que s'increpa constantment els ciutadans, especialment els més joves, per la seva manca de responsabilitat cívica, els seus nivells de coneixement polític insuficients i la seva falta de voluntat per involucrar-se en els temes d'actualitat.

Hi ha moltes raons per les quals els ciutadans opten per no implicar-se en política. Segons Dahlgren, la realitat econòmica diària, en les seves formes més dràstiques –la desocupació, la inseguretat econòmica, els baixos salaris, la disminució dels serveis socials, les creixents divisions de classe i les amenaces ecològiques–, és la que pot inhibir la participació democràtica de forma directa i material. En l'era del capitalisme neoliberal global, s'aguditzen les tensions tradicionals entre la lògica del mercat i els principis democràtics. Els governs dels estats-nació tenen menys capacitat de maniobra; el poder real de la societat deriva cada cop més cap al sector empresarial privat i, en conseqüència, el poder real de la societat es troba fora de la responsabilitat democràtica. L'arena política formal, alhora, es contreu, i ofereix cada vegada menys oportunitats per a una participació significativa i, en conseqüència, genera la ruptura del compromís.

El segon capítol, titulat "Media Alterations" ('canvis als mitjans'), obre un debat sobre els mitjans de comunicació i la democràcia des del punt de vista de la funció dels mitjans de comunicació en l'esfera pública. Tradicionalment s'ha considerat que el periodisme contribuïa a definir l'agenda pública i servia als mitjans públics per oferir als ciutadans informació,

idees i debats sobre temes d'actualitat, que fomenten les opinions informades i la participació en la política democràtica (vegeu-ne més a Schudson 2008). Tanmateix, aquest periodisme tradicional ha arribat a un punt d'inflexió històric, ja que a escala mundial s'ha produït un creixement massiu dels mitjans de comunicació, una intensificació de les estructures de conglomerats en les indústries dels mitjans de comunicació i una globalització creixent dels mitjans de comunicació, les seves pràctiques i fluxos. Dahlgren veu l'evolució de les audiències com un element central de les condicions canviants del periodisme (pàg. 44). La distinció entre "elits informades" i "majories entretingudes" va en augment, amb el suport, entre d'altres, de l'economia de mitjans, ja que l'accés a més informació i coneixement més enllà dels mitjans de comunicació generalistes és, cada cop més, un factor econòmic important. Tanmateix, convé destacar que l'accés a les notícies no fomenta en si mateix la participació. Això es deu al fet que hi ha molts ciutadans que perceben la possibilitat de tenir un vincle polític significatiu amb les formes predominants de democràcia com a quelcom molt remot.

Al tercer capítol, "Citizens and Agency" ('ciutadans i organismes'), l'autor presenta la idea de la ciutadania no tan sols com un conjunt formal i legal de drets i d'obligacions, sinó també com un tipus de representació social, és a dir, com a organismes cívics. Les identitats cíviques emergeixen mitjançant experiències en les esferes pública i privada de la vida. Segons Dahlgren, l'aparició d'identitats cíviques i d'organismes cívics aplanen el camí per examinar la implicació democràtica, ja que es realitza en termes de compromís, de participació i de motivació. Aquests són els temes que l'autor analitza i debat al capítol següent, el capítol clau, "Engagement, Deliberation, and Performance" ('compromís, deliberació i compliment'). El compromís, com a implicació subjectiva, es pot veure com un requisit previ, un punt de partida, per a la participació, que, alhora, pren en general formes comunicatives (pàg. 80-81). En la participació democràtica, el vot és només una manera, mentre que la deliberació s'anuncia com la principal forma que tenen els ciutadans per participar en la democràcia. A més, la deliberació, en el seu aspecte formal, se centra en situacions molt específiques, sobretot quan les decisions s'estan a punt de formular. El concepte de racionalitat deliberativa i els seus presumptes problemes sobre la igualtat de condicions respecte del poder social i la competència comunicativa posen límits a la seva utilitat com a model per a la participació ciutadana en general. Dahlgren proposa, en lloc d'això, que afrontem el diàleg social d'una manera més àmplia, tenint en compte que els temes polítics poden sorgir inesperadament en la conversa quotidiana, i que, en principi, els temes privats poden passar a l'esfera pública, política. Així doncs, l'autor desenvolupa, al capítol 5, "Civic Cultures: An Analytic Frame" ('cultures cíviques: un marc analític'), un marc analític per tal d'ajudar a analitzar i comprendre les identitats cíviques. El seu model de cultures cíviques està format per sis dimensions: el coneixement, els valors, la confiança, els

espais, les pràctiques i les identitats. El model és normatiu en el sentit que suggereix que aquestes característiques han d'existir per tal que floreixi la participació, que funcioni la democràcia.

El capítol següent, "Television and Popular Public Spheres" ('televisió i esferes públiques generalistes'), examina com la lògica dels mitjans televisius, sobretot visuals, insta al compromís per mitjà del plaer, i com això ha creat un camp de forces dins de les notícies de la televisió. La televisió, a través de la seva programació generalista, ofereix moltes oportunitats perquè el públic "tracti" una àmplia gamma de qüestions respecte dels valors bàsics i de les visions socials en moltes àrees. Dahlgren posa èmfasi en el fet que, en un nivell fonamental, el que hi ha en joc en la perspectiva de l'esfera pública és la qüestió d'on es troba la política, on s'articula i processa el conflicte social, i com es posiciona en contra del que es considera apolític. Mentre que la televisió generalista difícilment pot ser descrita com una font d'inspiració social progressista, i les fronteres ideològiques són clarament sobrepassades en comptades ocasions, amb el temps es poden observar els importants canvis que tenen lloc en les percepcions populars.

A diferència de Hassan (2004, 100), que critica la revolució de les TIC, als dos últims capítols d'aquest llibre Dahlgren afirma que les noves xifres de les TIC estan contribuint a reconfigurar la vida política, tot i que encara no és clar si n'hi haurà prou amb això per reconstruir la democràcia. Aquests desenvolupaments són un símptoma de les reformes en les formes de participació i les noves concepcions del que constitueix la política i l'àmbit polític. Tanmateix, internet no ofereix una "curació tecnològica ràpida als mals de la democràcia" (pàg. 152). Ha contribuït notablement a com té lloc la comunicació política, així com a les formes en què pot tenir lloc la participació. Dahlgren descriu alguns dels usos i de les implicacions d'internet en tres contextos ben il·lustratius: el periodisme, les organitzacions no governamentals de la Unió Europea i el moviment antiglobalització. Analíticament, internet i els mitjans de comunicació en general no tan sols tenen un paper decisiu en la configuració de la participació, sinó que, des de la perspectiva de les cultures cíviques, ofereixen punts de partida empírics per il·lustrar la dinàmica cívica de la democràcia.

Un dels trets distintius d'aquest llibre és el fet que tracta la ciutadania com un concepte estratègic que és fonamental per analitzar els mitjans de comunicació, la identitat i la diferència, la participació i el compromís, l'apoderament (*empowerment*) i l'interès públic. Ofereix un model convincent i original de la cultura cívica, i articula les múltiples arrels culturals i socials de la participació política. Malgrat que, per als lectors, aquest llibre pot ser considerat una teoria abstracta dels mitjans de comunicació, presenta una perspectiva excel·lent sobre el paper dels mitjans de comunicació en el procés complex del compromís polític. Ajuda, tant analíticament com empíricament, a estudiar els factors que poden donar forma als organismes cívics, un concepte de ciutadania que Peter

Dahlgren defineix no tan sols com un conjunt formal i legal de drets i d'obligacions, sinó també com una forma de representació social. Aquest llibre, en definitiva, ajuda a estudiar els impactes en el compromís dels ciutadans i la participació en la democràcia.

Referències

HASSAN, R. *Media, Politics and the Network Society*. Nova York: Open University Press, 2004. ISBN: 0-335-21315-4

KEANE, J. *The Life and Death of Democracy*. Londres: Simon & Schuster, 2009. ISBN-10: 0743231929

SCHUDSON, M. *Why Democracies Need a Unlovable Press*. Cambridge: Polity, 2008. ISBN-13: 978-0-7456-4452-3