

De las encuestas a los manifiestos. La cuantificación de la opinión política fuera de las campañas

Parece haberse establecido una nueva tendencia democrática que puede resultar interesante, independientemente de los mensajes que se promuevan y se defiendan. Se trata de apoyar a través de nuestra "firma digital" movimientos ciudadanos de denuncia política y reivindicación social.

Es evidente que la mayoría de los aparecidos hasta el momento han estado organizados desde diferentes partidos políticos -que se encontraban en la oposición-, con el apoyo de medios de comunicación a priori afines.

La idea que subyace en este tipo de iniciativas es que la mejor forma de influir en aquellos dirigentes políticos que realmente tienen la facultad de "solucionar el agravio que se denuncia" -haciéndoles cambiar de actitud- es la creación de climas de opinión capaces de instaurar grupos de presión dentro de la escena política.

En cierta forma, esta democratización multimedia de nuestra opinión no es sino una tendencia que se ha reforzado desde que los diarios digitales introdujeron -entre la oferta de sus contenidos- encuestas diarias que pretendían testar nuestra "opinión pública".

Del mismo modo, podemos entrever que -aunque no sepamos en qué medida- este tipo de acciones pretende pasar de un periodo social de manifestaciones reales a otro de manifestaciones virtuales -con la ventaja de que ya no será necesario el "esfuerzo" de salir a la calle para reivindicar nuestros derechos-. Se produce así una nueva jerarquización, puesto que a través de la Red se pueden apoyar diferentes iniciativas al mismo tiempo; mientras que nuestra asistencia a las manifestaciones físicas puede reservarse para las convocatorias que consideremos realmente importantes.

Paralelamente, las reivindicaciones dejan de tener un carácter anónimo para adquirir la fuerza que tiene hablar de personas con nombres y apellidos -votantes- y no de números -estadísticas y sondeos-.

Desde esta perspectiva, podremos defender este tipo de actuaciones pensando que no sólo tendremos cada cuatro años la opción (unas veces como obligación ética y otras como derecho social) de dar una valoración de nuestros representantes políticos en las urnas, sino que podremos -a través de iniciativas nacidas en la red- demostrar que una propuesta ciudadana puede tener repercusión y alcance fuera del periodo de campaña electoral.

Asimismo, los principales problemas que se plantean son dos. El primero, inherente a toda democracia, saber distinguir entre calidad y cantidad, entre valor y valoración; el segundo, encontrarnos ante una nueva forma de cultura digital donde se establece como variable fundamental la privacidad de nuestros datos -resulta curioso que nuestra preocupación por la seguridad en la vida real no vaya acompañada de una protección similar en nuestro mundo virtual-.

En este sentido, quizá sea hora de que busquemos los mecanismos adecuados que nos permitan garantizar nuestra identidad social sin menoscabar nuestra identidad ciudadana.

Al mismo tiempo, una de las cuestiones a resolver aparece a la hora de representar públicamente aquellas opiniones que se adhieren a este tipo de manifiestos. Por una parte, hemos de aprehender que compartir una determinada

opinión no significa adherirse a un ideario político; y por otro lado, entender que el hecho de no apoyar un determinado manifiesto no significa que no se pueda hacer -con motivo de otra iniciativa social- en otra ocasión.

Paradójicamente, es factible pensar que otorgando un mayor valor a nuestras opiniones -cambiantes en cuanto que matizables- que a nuestros votos -que permanecen cuantitativamente definidos durante cuatro años- se pueda establecer la tantas veces reclamada regeneración democrática.

Como conclusión, podemos afirmar que parece surgir una nueva forma de hacer política que busca medir la responsabilidad de sus representantes a través de la hipervisibilidad de sus acciones. Es probable que nos encontremos en el inicio de un nuevo proceso de democratización digital.

Prof. Raúl Magallán

Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual

Universidad Carlos III de Madrid