

Ética del discurso, política y nuevas audiencias

Discourse Ethics, Politics and New Audiences

Carolina Agustina KLEIN*

Eduardo Ovidio ROMERO**

RESUMEN

En el presente trabajo se presentan algunos puntos clave de la comunicación política y las nuevas audiencias. En tal sentido, el artículo interpela por una ética normativa capaz de dar respuesta a la situación actual, diversa, compleja y convergente al mismo tiempo. Una vez brindado un análisis de época de los tópicos precedentes, se introduce al lector a nociones puntuales de la Ética del discurso (en su versión apelianiana) como posible respuesta ética normativa para nuestros tiempos. El artículo avanza con la aplicación de los marcos categoriales anteriores a la política en tanto que Política Deliberativa (en su versión habermasiana). Finalmente se concluye con la propuesta de un paradigma de restricción compensado entre la razón estratégica - propia de la política y de la comunicación política - y la razón comunicativa - inherente a la ética y la deliberación-.

Palabras clave: ética del discurso; nuevas audiencias; política; argumentación; política deliberativa.

ABSTRACT

This paper presents some key points on political communication and new audiences. In this regard, the article advocates for a normative ethics capable of addressing the current situation, which is simultaneously diverse, complex, and convergent. After providing a contemporary analysis of the previous topics, the reader is introduced to specific notions of Discourse Ethics (in its Apelian version) as a potential normative ethical response for our times. The article proceeds with the application of the previous categorical frameworks to politics as Deliberative Politics (in its Habermasian version). Finally, it concludes with the proposal of a compensatory restriction paradigm between strategic reason - characteristic of

* Lic. en Diseño y Comunicación Transmedia (UFASTA). Técnica Superior en Diseño Gráfico, Nivel Superior de la Provincia de Córdoba, Diplomada en Diseño Web y Multimedial (UTN). Diplomada en Diseño y Producción Editorial (Fundación Gutenberg). Investigadora integrante de proyecto sobre biomimética regional y territorialización del Diseño, de Universidad de Mendoza. Artículos en revistas especializadas, con referato e indexadas, en prensa sobre temas relacionados a: Comunicación, Diseño, Transmedia y Nuevas audiencias. Contacto: carolinaa.klein@gmail.com

** Dr. en Filosofía (UCA). Dr. en Ética (UAF, USA). Mgter. en Administración de Empresas (UESiglo 21). Lic. en Filosofía (UNRC). Prof. de Grado Universitario en Filosofía (UMaza). Prof. Adj. Ordinario en la (UNViMe). Prof. Titular (UM). Integrante en distintos roles de proyectos de investigación. Ex-Secretario de la Red Internacional de Ética del Discurso y del Stipendienwerk Lateinamerika-Deutschland. Contacto: eoromero@unvime.edu.ar - eduardo.romero@um.edu.ar

politics and political communication - and communicative reason - inherent to ethics and deliberation -.

Key words: discourse ethics; new audiences; politics; argumentation; deliberative politics.

1. Comunicación, política y ética

No resulta posible hacer referencia a la comunicación política sin mencionar la propaganda política, el marketing y la publicidad política. Entre estas nociones existe una aparente sinonimia que puede llevar a confusiones sin tener en cuenta sus diferencias. La propaganda es la más antigua de estos tres conceptos tal y como se evidencia en la siguiente cita, a saber: "Las consignas propagandísticas han sido empleadas sin pausa a través de los siglos: una ley, un imperio, una espada fue el lema de Carlos V" (García Beaudox, D'Adamo y Slavinsky, 2001: 37).

En este contexto, si nos centramos en la publicidad, específicamente en la publicidad política, hacemos referencia a una herramienta de persuasión más joven y que constituye, en cierto grado, la mutación de la propaganda a la publicidad con la llegada de los medios de comunicación de masas; por ejemplo en Argentina la implementación de la televisión en la publicidad política se dio paulatinamente con los primeros spots en 1963 y, en mayor medida, en 1973 pero aún no de una manera estrictamente profesional como se desarrollará en los años venideros (Borrini, 2003).

Por otra parte, el concepto de marketing político que, parafraseando a Ana Belén Fernández Souto, es la parte de la comunicación que se encarga de confeccionar un plan de marketing para una campaña política, cuya función es el posicionamiento de la campaña, segmentación de los votantes y una variabilidad de aspectos socioeconómicos (Fernández Souto, 2006).

En este sentido, resulta necesario comprender cómo es el individuo actual y cómo las nuevas audiencias son afectadas por nuevas narrativas, por ejemplo, de transmedia (Lupton, 2019). Las narrativas transmedia o transmedia storytelling es una historia contada a través de diferentes plataformas y canales y a la vez, por cada una de ellas se realiza un aporte distinto a las otras plataformas utilizadas. Un ejemplo de narrativas transmedia sería una película de la que luego se hace un videojuego, una obra de teatro, un libro, etc. El transmedia no es, meramente, llevar un contenido a otras plataformas sino adaptarlo según las reglas de juego de cada canal y que cada uno cuente otra parte de la historia (Scolari, 2013).

Desde la perspectiva, al menos en parte, de las industrias culturales y la economía naranja que es donde están insertas las nuevas audiencias, estas industrias como mencionan Buitrago y Duque, comprenden los bienes y servicios que se asocian con las políticas culturales, servicios creativos y deportes (Buitrago y Duque, 2013). Al tener en cuenta estas industrias y el contenido que producen, podemos situarnos en el presente y estudiar cómo el individuo al tener tiempo de ocio lo ocupa con en ellas buena parte de su día a día. Más específicamente con las industrias que tienen que ver con las nuevas tecnologías, es decir puntualmente con las industrias de contenidos digitales, donde el punto de convergencia es internet y de ella se desprenden diversas esferas como la industria editorial, televisión, radio, la industria de los videojuegos, entre otros. La interactividad es una característica de esta industria que resulta ser uno de los motivos por los que se ha incentivado cada vez más el consumo de esta industria (Primo, 2017).

Las industrias de la economía naranja son consumidas por los individuos y es esencial mencionar que el aspecto central dentro de estas es el tiempo de ocio y entretenimiento de

la cual estas industrias sacan provecho. Tanto el entretenimiento, como la posibilidad de divertirse y escapar del aburrimiento, son algunos de los objetivos de esta sociedad del entretenimiento (Martínez López, 2011). Cabe destacar que todo el encuadre de las nuevas audiencias y la comunicación transmedia se suscita en el contexto del capitalismo tardío actual y la hipermodernidad en la cual estamos inmersos. El capitalismo tardío no es sólo un sistema económico sino una lógica cultural del presente. Podría sostenerse con autores ya clásicos como Lyoivetsky, Vátimo o Lyotard, que el individuo tiene una indiferencia relajada, es un hombre que no se aferra a nada, no tiene certezas absolutas, nada le sorprende y sus opiniones son susceptibles a modificaciones rápidas (Lipovetsky, 1985; Vátimo, 1986; Lyotard 2006). Con esta descripción del individuo es acertado indagar sobre los medios de comunicación que son parte de la realidad de hoy en día.

Teniendo en cuenta los medios de comunicación y la comunicación política, es posible sostener que estos medios van a aportar a las estrategias políticas con las herramientas que poseen y brindan, algunas de ellas son: las campañas en medios electrónicos, el bombardeo de información, la relativa manipulación de contenidos, estrategias publicitarias, etc. Ante este panorama es necesario advertir que las audiencias de esta aldea global, tienen como característica la comunicación sin límites temporales ni espaciales, cualidades estas fuertemente vinculadas con las características de las “cinco c”, a saber: conversación, contribución, colaboración, conexión y comunidad (Lovece, 2015).

En este contexto, la noción de ecosistema digital resultará central para la investigación de las nuevas audiencias, tal y como sostienen Lucrecia Cardozo y Matías Triguboff, ecosistema refiere a un lenguaje biológico que es en donde coexisten en dependencia diferentes recursos y hacen simbiosis. Mientras que digital se refiere a un lenguaje informático donde se desarrolla una estructura global de datos en la cual se dan nuevos tipos de consumo (Cardozo y Triguboff, 2019).

Al considerar todo lo anteriormente mencionado, advertimos que existen diversos canales que interactúan con las personas dentro de un ecosistema mediático sumamente complejo y convergente, que es utilizado por distintos comunicadores para generar estrategias que favorezcan a un candidato político puntual.

En medio de estas estrategias, el deber de los intelectuales y educadores es, al menos en parte, lograr una alfabetización mediática para el público en general y develar los armazones ideológicos que hay detrás de los mensajes. Es importante que la opinión pública mantenga una postura crítica frente a este consumo de contenido al que se ve expuesta con habitualidad. Estos mensajes que son emitidos como “naturales” están lejos de serlo. En tal sentido, como ejemplifica Umberto Eco en su artículo “Para una Guerrilla Semiológica”, “el día siguiente a la caída de Kruschev fueron sustituidos los directores de Izvestia, de Pravda y de las cadenas de radio y televisión sin ningún movimiento en el ejército” (Eco, 1987: 1). De forma sintética podría sostenerse que resultan claras dos ideas, por un lado, el poder de los medios de comunicación que se ejercen ya desde hace tiempo sobre las audiencias y, por otro lado, el concepto de los medios de comunicación que no portan una ideología, sino que son la ideología misma (Eco, 1987).

En este contexto de medios de comunicación, estrategias y política cabe mencionar que el marketing político tiene sus desventajas como la disminución de la credibilidad, la disminución del debate de ideas y la legitimidad de las instituciones democráticas. Hay una preponderancia del valor de la imagen contrapuesto al discurso racional. Otra característica más centrada en los mismos políticos es que sobran los valores carismáticos en lugar de los debates políticos y faltan propuestas en las campañas electorales. Pero la realidad es que éste es el mercado político actual (Sánchez, Murillo, 2005).

Dado este complejo escenario, el cual la semiósfera se aleja cada vez más de la regeneración de una opinión pública razonante, se torna imperativa la reflexión ética normativa, íntimamente ligada a la responsabilidad social, que los actores de esta infonósfera tienen. ¿Cómo analizar críticamente y analizar los diversos paquetes textuales

que circulan en un ecosistema mediático transmedia, en el contexto de campañas políticas ya tradicionalmente complejas? ¿Qué tipo de marco ético-normativo puede dar cuenta de estos nuevos escenarios complejos y convergentes? (Floridi, 2006). Son algunos de los interrogantes que la presente investigación pretende responder.

2. Moral y ética. Diferencias y definiciones

La moral es una instancia normativa de la cultura, esto es, la moral es el código de normas mutable y sumamente dinámico que cada cultura desarrolla, recrea y posee. Por ejemplo, en nuestra cultura occidental y cristiana una parte del código moral obliga, con una fuerza que hoy es relativa, amar al prójimo. En tal sentido, amar al prójimo, es una norma moral que se construye de forma imperativa, esto es, supone un deber-hacer.

Ahora bien, a esta normatividad de la moral de cada cultura la denominaremos “normatividad1”, esta nomenclatura responde a la necesidad de distinguir la normatividad de la moral -normatividad1- de la normatividad de la ética, a la cual llamaremos, de ahora en adelante, “normatividad2”. Por lo anterior queda claro entonces que la moral y la ética no son lo mismo, pero entonces, ¿en qué consiste su diferencia?

La moral como hemos definido es el código de normas que cada cultura posee y que manda un deber-hacer. Sus criterios son bien / mal. Es decir, si un sujeto A sigue el código moral X -sea X amar al prójimo- se dirá que A obra bien, mientras que si no lo sigue se dirá que A obra mal. En cambio, la ética, en tanto que disciplina filosófica, es una reflexión sobre la validez de las normas morales que existen en cada cultura particular. Por lo tanto, sus criterios son válido / inválido (Habermas, 1991, 2000).

Un código moral X, aunque pretenda decir cuál es el “deber-hacer-bien”, no siempre es válido. Para decirlo con otras palabras: los códigos morales, aunque sean vigentes no siempre son válidos desde un punto de vista ético. En este contexto es posible pensar en algunas sociedades de Medio Oriente, como por ejemplo Irán, en las cuales, a los ladrones, como castigo, se les corta la mano derecha. Este código moral y jurídico es vigente en Irán, pero eso no impide que se lo critique. La vigencia de un “bien moral” puede ser puesta en duda desde la “validez ética”.

Ahora bien, llegados a este punto se hace necesario contar con criterios éticos que puedan enjuiciar la validez de las normas morales. Si las normas morales son propias de cada cultura, entonces los criterios de enjuiciamiento ético tendrán que ser transculturales; es decir, si las normas morales son particulares, los criterios de enjuiciamiento ético tendrán que ser universales (Apel, 1985, 2007).

3. Particularidad y Universalidad

Una crítica recurrente a la ética es aquella que denuncia la incapacidad que tiene -la ética en tanto que disciplina racional- para crear normas morales y para motivar a la acción. En tal sentido, y para abordar el problema del particularismo / universalismo lo primero que debemos decir es: la ética no tiene la capacidad de crear normas morales. El rendimiento de la ética consiste más bien en revisar la validez de dichas normas, criticarlas y, de ser necesario, corregirlas. En este contexto el plano de la ética está constituido más por la construcción de un marco racional e intersubjetivo de evaluación, y eventual corrección, de normas morales que por la generación de esas normas (Habermas, 2008).

En tal sentido, resulta necesario explicar entonces el surgimiento de las normas morales. En primer lugar, sostendremos que las normas morales se generan en cada cultura -como normatividad1- de un modo más o menos independiente de la ética -en tanto que normatividad2-. Cada cultura posee una concepción del bien y del mal moral, de lo permitido y de lo prohibido, este conjunto de normas del “hacer-bien” es lo que se suele denominar

axiología. En segundo lugar, entendemos que la axiología constituye una gramática profunda de la cultura en la cual está escrito aquello que será penado de alguna forma y aquello que será considerado como honorable y virtuoso. Por este motivo es que es posible definir esta gramática profunda como una visión del mundo que brinda un sistema de orientación, a saber: dice qué está bien y qué no lo está. A su vez esta axiología, en tanto que conjunto complejo y dinámico de normas morales, atraviesa todos los niveles sociales, esto es: desde las relaciones intersubjetivas hasta las interacciones institucionales (Habermas, 2008: 146-161).

Esta gramática profunda del “hacer-bien”, en tanto que código moral, es siempre propia de una cultura, por lo tanto, es siempre particular. “Particular”, entonces, hace referencia a la pertenencia que, en este caso, un código moral tiene con respecto a una visión del mundo. En virtud de este particularismo es posible que lo que sea bueno para una cultura -por ejemplo, desde la cultura occidental es valorado de modo positivo una mujer profesional que aporte dinero al hogar- no lo sea para otra cultura -el mismo ejemplo anterior sería irrealizable en algunos grupos culturales conservadores del mundo islámico-. En síntesis, lo particular remite a la íntima conexión de las normas morales con sus regiones (axiológico-simbólicas, históricas y geopolíticas) de surgimiento. El modo de expresión del particularismo sería entonces: la norma X es buena para nosotros, para nuestro grupo.

La universalidad ad no se opone, necesariamente, a la particularidad. Todo lo contrario, en ética es necesario pensar en una relación de mutua complementación. Si lo particular es pensado como el suelo fértil desde el cual surgen las normas morales, lo universal sería el cielo soleado que permite el crecimiento desde lo bueno para nosotros hasta lo válido para todos. Justamente, lo universal hace referencia a la posibilidad de encontrar un punto transcultural e intersubjetivo que nos permita desarrollar una ética mundial -válida para todos- la cual deberá partir siempre desde las distintas morales particulares -lo bueno para nosotros, para nuestro grupo- (Apel, 1998: 159-184).

Este punto que nos permitiría fundamentar una ética mundial, válida para todos los seres humanos, ha ocupado buena parte de la historia clásica, medieval, moderna y contemporánea de la ética filosófica (Camps, 1989, Tomo III). En el próximo punto desarrollaremos las líneas generales de una teoría ético-filosófica que intenta dar una respuesta contemporánea a este problema. La mencionada teoría ha sido desarrollada en los años 60' y 70' en Alemania por los filósofos Karl-Otto Apel y Jürgen Habermas y se la conoce como “Ética del discurso” (Apel, 1985; Habermas, 2007).

4. Universalidad y fundamentación de la ética desde la perspectiva de la Ética del discurso

Un buen punto de partida para abordar este párrafo será analizar el genitivo -posesivo- que está explícito en el título de esta propuesta teórica, a saber: Ética “del” Discurso. ¿Qué significa este genitivo? ¿Significará acaso que la ética es parte del discurso, que el discurso supone una ética? Y lo que es más ¿qué significa aquí ética y discurso respectivamente?

Por ética se entenderá, tal y como lo hemos definido en el punto uno del presente trabajo, la reflexión racional e intersubjetiva sobre la validez de las normas morales; o, dicho de otro modo, la ética será una instancia de segundo grado que reflexiona sobre la validez de una instancia normativa de primer grado -la moral-. Esta instancia reflexiva de segundo grado, normatividad², necesita criterios que, tal y como se desarrolló en el punto dos, deben ser universales, supracontextuales, para de ese modo poder evaluar la normatividad¹ ya siempre contextual y particular. La Ética del discurso considera que esos criterios se encuentran en el “acto de habla de la argumentación” (Apel, 1985: 341-413).

En este contexto, “discurso” será igual a argumentación y por argumentación se entenderá un acto de habla particular. Ahora bien ¿qué es un acto de habla? La filosofía es, en gran parte, lo que los filósofos hacen cuando dicen que filosofan. ¿Y qué hacen cuando dicen que

filosofan? Pues bien, piensan, discurren, escriben, discuten, esto es, básicamente, utilizan lenguaje. El lenguaje ha sido considerado tradicionalmente como el medio que permite filosofar y lo que, es más, pensar. Platón, por ejemplo, sostenía que pensar es un diálogo del alma con ella misma. Para el filósofo griego, como para buena parte de la tradición occidental de la filosofía, la condición de posibilidad del pensamiento es el lenguaje. Basta para demostrar esto intentar concebir una idea, la cual es ya siempre un producto lingüístico, y al mismo tiempo pretender paradójicamente no utilizar lenguaje. La tarea se revelará a toda luz imposible.

Ahora bien, en la primera mitad del siglo XX, y tras las obras de filósofos y lingüistas de la talla de Heidegger, Wittgenstein, Austin y Searle, se produce en filosofía primero el giro lingüístico y luego el giro pragmático. El giro lingüístico consistió, entre otros puntos, en la toma de conciencia reflexiva de que el lenguaje no es solamente un medio para acceder a la realidad y para reflexionar, sino que la realidad y la reflexión son constituidos por el lenguaje. Como ejemplo valga la situación trivial de un partido de fútbol. Cuando los espectadores y jugadores ven que algo llamado “pelota” ingresa por un rectángulo llamado “arco” comprenden que se ha producido un “gol”. Pero ¿qué es un gol, ¿cómo es que existe algo así como un gol? El gol existe porque existe un contexto de acción determinado por reglas, lingüísticamente constituidas y articuladas, que señalan que cuando la pelota ingresa al arco se ha producido un gol. De lo contrario, si no existieran esas reglas de juego, ese lenguaje que constituye al fútbol, nadie habría visto jamás un “gol” (Apel, 1994).

Cuando la reflexión filosófica y lingüística toma conciencia de hechos como el que describimos arriba y comienza a reflexionar, se da cuenta que todo lo que denominamos “realidad” se constituye por medio de reglas de juego lingüísticas. Es decir, el ejemplo del juego de fútbol es extrapolable a toda la “realidad”, la cual de ahora en adelante será entendida ya siempre como “realidad interpretada” o como “realidad lingüísticamente constituida”. Por este motivo el lenguaje dejó de ser una mera herramienta del pensamiento y de la filosofía para pasar a ser el tema y el objeto de la reflexión filosófica. Un ladrillo, dependiendo del contexto lingüístico de acción del que se trate, será, entre otras posibilidades: una pieza de construcción, un arma o basura. Este ha sido uno de los temas centrales del giro lingüístico, el mismo puede ser definido como un tomar en serio al lenguaje ya no como mero medio de acceso a la realidad sino como nota constitutiva y constituyente de la realidad.

Al descubrimiento del lenguaje como instancia irrebasable de constitución de realidad y sentido -giro lingüístico- le siguió el giro pragmático. Este consistió en el descubrimiento de una doble estructura presente en toda oración -de ahora en más oración será sinónimo de contenido proposicional-. El contenido proposicional es lo que enuncio, a saber: “esa jugada fue gol”. A ese contenido proposicional lo acompaña siempre una pretensión que, de ahora en adelante, llamaremos contenido performativo, a saber: el sujeto A que afirma que la jugada X fue gol pretende que su oración es válida, esto es, pretende que todo sujeto que sepa lo que él sabe de fútbol y que hubiera visto lo que él vio en el partido debe poder ver ese gol. Esa pretensión de validez sobre lo que dice es el contenido performativo (Apel, 2002: 21 - 90).

El giro pragmático consistió entonces en el descubrimiento de una doble estructura, performativo-proposicional, en toda enunciación. Si lo que enuncio, contenido proposicional, es la oración que elaboro sobre un tema X, lo que pretendo cuando digo lo que digo sobre ese tema será el contenido performativo. Por este motivo decir algo no es meramente decir algo, sino que supone una acción, por ejemplo, pretender validez o corrección sobre lo que digo. Pero entonces, si el decir está acompañado siempre de un hacer-pretender, la oración no es nunca una mera oración, sino que es siempre un acto de habla, esto es, una doble estructura performativo-proposicional en la cual digo algo y a la vez hago algo con alguna pretensión con eso que digo, por ejemplo: hago una afirmación, una pregunta, una promesa, etcétera. Este descubrimiento que Austin llamó hacer con palabras es lo que se conoce como giro pragmático.

Para sintetizar, el giro pragmático consistió en el reconocimiento de una doble estructura, performativo/proposicional, en cada intercambio comunicativo humano. Ese reconocimiento hizo que, a la dimensión de la oración, lo que digo -contenido proposicional-, se le sumara, en la reflexión, la dimensión de las pretensiones, lo que hago / pretendo cuando digo lo que digo -contenido performativo-. De este modo la oración ya no volverá a ser jamás una mera oración, sino que será siempre un acto de habla (Apel, 2002: 91-132).

Ahora bien, en el plano de las pretensiones -contenido performativo- que elevo cuando digo algo, no se encuentran solamente las cuatro pretensiones de la razón humana que describen tanto Apel como Habermas, a saber: las pretensiones de comprensión, verdad, corrección y veracidad. Sino que el descubrimiento clave de la Ética del discurso consistió en la constatación de una situación idealizante de habla -Habermas- o de una comunidad ideal de comunicación (Apel, 2004). Más allá de sus diferencias teóricas y metodologías, las dos nociones, tanto la habermasiana como la apeliana, hacen referencia, en líneas generales, a una misma situación, a saber: de acuerdo al funcionamiento lógico y performativo de la razón humana, la cual está lingüística y comunicativamente estructurada, siempre que se argumenta en serio se supone una situación idealizante, al modo de una comunidad ideal de comunicación, en la cual el hablante presupone las condiciones de resolubilidad del tema sobre el cual se está argumentando, esto es, presupone las condiciones de posibilidad para llegar a un acuerdo válido intersubjetivamente (Apel, 2004).

Veamos lo anterior en un ejemplo trivial: un hablante A sostiene la siguiente proposición “El partido político 1 posee mejores propuestas que el partido 2” a lo que un hablante B le replica “no, el partido político 2 posee mejores propuestas que el partido 1”. En esta situación no hay acuerdo y si se quiere restablecer el acuerdo de modo válido el hablante A tendrá que poder demostrarle, por medio de argumentos, al hablante B que está equivocado. Lo mismo valdrá para el hablante B con respecto al hablante A. En tal sentido, el descubrimiento principal de la Ética del discurso consistió justamente en lo siguiente: tanto el hablante A como el hablante B del ejemplo, si argumentan en serio, esto es, si realmente creen en lo que dicen, suponen a nivel performativo que si su interlocutor pudiera ver lo él ve -sea A o B el sujeto en cuestión, si supiera lo que él sabe, si comprendiera como él comprende más allá de toda limitación empírica o coacción fáctica, deberían poder estar de acuerdo en el resultado de la suma en disputa. La Ética del discurso ha descrito esta situación asignándole dos notas constitutivas, a saber: “simetría” y “reciprocidad generalizada”. Por “simetría” se entenderá, de modo muy simplificado, la total igualdad en el discurso, con las mismas posibilidades reflexivas, de fundamentación y de crítica de parte de uno u otro argumentante (más allá que eso se dé o no en la realidad). Por “reciprocidad generalizada” se entenderá que las mismas reglas de juego que valen para uno deben valer para el otro y que cada uno de los argumentantes es co-responsable en la búsqueda conjunta del mejor argumento que ayude a resolver el conflicto (Apel, 1998). Es decir, siempre que hay un conflicto, ya sea práctico o teórico, como el de la suma, los argumentantes suponen, de modo ineludible de acuerdo al funcionamiento lógico-performativo de la razón-lenguaje, una situación idealizante en donde las precondiciones del acuerdo válido están ya siempre cumplidas.

Estas precondiciones idealizantes que constituyen a la comunidad ideal de comunicación supuesta en cada intercambio comunicativo, son posibles de ser demostradas reflexivamente, esto es, son válidas para todo ser racional finito y por lo tanto no dependen de una moral particular, sino que son éticas y universales. Son universales porque se fundamentan en el funcionamiento lógico-performativo de la razón-lenguaje de todo ser humano. Por este motivo estas pretensiones, entendidas como precondiciones idealizantes, sirven para fundamentar una Ética del discurso en tanto que una ética de la comunidad ideal de comunicación. Es decir, Ética del discurso será entonces una teoría ético-filosófica que construye un modelo universal de validación de normas morales fundamentando dicho modelo en el funcionamiento lógico-performativo de la razón-lenguaje humana tal y como lo hemos descrito más arriba.

De acuerdo a este modelo desarrollado por la Ética del discurso, el único modo válido de la resolución de los conflictos es por medio de argumentos en el discurso. De este modo un interlocutor A genera las condiciones que supone para que B pueda estar de acuerdo con sus proposiciones. Como ya hemos dicho, A supone que, si B entiende todo lo que él entiende, ve el problema como él lo ve, etcétera, debe poder estar de acuerdo con él en su afirmación. Este supuesto lo obliga, para no contradecirse, a tornar real lo supone idealmente. O, dicho de otro modo, este supuesto lo obliga a que argumentativamente realice los supuestos idealmente anticipados en el lenguaje-discurso.

5. Ética del discurso y democracia deliberativa

En este punto cabe aclarar que, si bien Apel no ha desarrollado de forma sistemática y extensa una filosofía política, Habermas sí ha llevado adelante esa tarea. Los planteos habermasianos se encuentran, en sintonía, al menos en los aspectos fundamentales, con los lineamientos centrales de la Ética apeliana. De todos modos, lo anterior no significa que Apel no haya desarrollado, como se verá a continuación, ideas y premisas que sean aplicables plenamente al subsistema del mundo de la vida propiamente político. Por este motivo, y para sostener el contrapunto que vendrá posteriormente con la ética y política de la liberación dusseliana es que se considera necesario el desarrollo de algunas nociones clave de la democracia deliberativa habermasiana.

Desde un punto de vista teórico-político, la democracia deliberativa resulta atractiva por diversas razones. La principal de ellas reside quizás en el hecho de que dicha teoría pone todo su peso en el debate público. La deliberación pública es un elemento clave del proceso democrático (Habermas, 1998; Elster, 2001) y, en particular, de la teoría de la democracia deliberativa. La deliberación racional y el debate público sobre los asuntos comunes son indispensables para la formación de una voluntad política común, la determinación de las necesidades y la toma de decisión corresponsable de todos los ciudadanos. En tal sentido, “la política deliberativa obtiene su fuerza legitimadora de la estructura discursiva de una formación de la opinión y la voluntad que sólo puede cumplir su función sociointegradora gracias a la expectativa de calidad racional de sus resultados” (Habermas, 1998: 1).

En toda situación resulta posible deliberar sobre los más diversos asuntos, pero la deliberación contribuye, especialmente en el ámbito de la política, a la auto-organización autónoma de ciudadanos libres e iguales, esto es a la autodeterminación ciudadana. Para que el proceso deliberativo sea exitoso es necesario que los ciudadanos cuenten con una información amplia y confiable, y que participen de forma activa en la vida pública, no sólo a través de la emisión periódica de un voto sino también mediante la escucha del otro, el examen de sus razones, la toma en cuenta de sus intereses, la consideración de sus aspiraciones y la reflexión crítica para evaluar la legitimidad de las pretensiones en juego. Según la democracia deliberativa, restringir el potencial comunicativo a la emisión del voto, mediante el cual los ciudadanos expresan sus preferencias en las elecciones, no permite examinar críticamente -tanto en opinión de Habermas como de Apel- los “pro” y los “contra” de los asuntos públicos.

Particularmente, para el caso de Karl-Otto Apel, y de acuerdo al principio ideal del discurso en tanto que fundamentación última de una ética -o moral de contenidos universales- postraditional y posconvencional con pretensión de validez para todo el género humano, ciertamente sería ingenuo, o hasta irresponsable, pensar que todos los conflictos se arreglarán de un momento a otro de modo racional y razonable a través de discursos prácticos. Cuando se trata de aplicar la Ética del discurso a las diversas situaciones históricas condicionadas históricamente, no se debe suponer como se hace en la instancia de fundamentación, una comunidad ideal de comunicación, en la cual los virtuales interlocutores están interesados en la resolución válida y universal, por fuera de las coacciones de la acción, de las pretensiones en pugna. No debemos hacerlo, y menos en el subsistema político, dado que quienes forman parte del mismo, por ejemplo, los políticos

podrían intentar resolver sus conflictos de intereses por fuera de la racionalidad comunicativa (Apel, 2010, p. 145).

En un sentido político, para Apel, en los casos en los que falla el Derecho internacional, la orientación normativa debería tomar el subsistema ético, siempre que se entienda este último como un subsistema no colonizado por micro-éticas o éticas tradicionales, al modo de las morales contextuales. Una ética de contenidos universales y con procedimientos de fuerza vinculante para todo sujeto racional y finito debe poder tener en cuenta la responsabilidad histórica de la aplicación de las normas bien fundadas. “La ética universal que, como ética de la responsabilidad, también da razones para la legitimación del Derecho coercitivo y las estrategias políticas” (Apel, 2010: 144).

Como el propio Apel lo ha desarrollado en otras obras (1980, 1988, 1996), las normas fundamentales de la Ética del discurso pueden ser fundamentadas por reflexión pragmático-trascendental sobre las innegables bases y presupuestos de la argumentación, so pena de autocontradicción performativas. De este modo es posible fundamentar, de forma universalmente válida, que todos los conflictos, incluso los políticos y aquellos de Derecho Internacional, que involucran a países, deben ser arreglados de modo libre de violencia y a través de discursos prácticos. “Ahora, en ciertos casos, insistir, en principio, en la confiabilidad normativa del discurso ideal, y, en consecuencia, prescindir de todas las aplicaciones de violencia contra la violencia, sería no sólo irrazonable, sino también, irresponsable” (Apel, 2010: 145). Parafraseando a Apel, el pacifismo principialista y el rigorismo que no tienen en cuenta los discursos de aplicación de las normas bien fundadas y sus eventuales consecuencias históricas no pueden ser sostenidos con coherencia hasta el final, particularmente en casos en los cuales están en juego no solamente nuestros propios intereses, sino también los intereses vitales de otras personas, como es puntualmente el caso en el ámbito de aplicación de la política. Si bien el principio del discurso es siempre el norte criteriológico, habrá siempre, dada la finitud humana, situaciones en las cuales sea necesaria la aplicación de la racionalidad estratégica, subsumida ya siempre a la ética normativa; en palabras de Apel, será necesaria una complementación: “*Ergänzung des idealen Diskursprinzips durch das regulative Prinzip einer moralischen Strategie der langfristigen, progressiven Realisierung der Anwendungsbedingungen des Diskursprinzips möglich wird*” (Apel, 1988: 466). En los próximos puntos se desarrollará con mayor detenimiento y precisión qué significa esta afirmación apelina, según la cual resulta necesaria la complementación entre el principio del discurso y una estrategia moral a largo plazo.

5.1 Poder comunicativo y soberanía popular

Habermas distingue entre poder económico, poder social y poder político. Como se sabe, el poder económico suele tener una enorme influencia como poder fáctico sobre los gobernantes y las instituciones políticas. También el concepto de poder social remite al poder fáctico de personas e instituciones en la sociedad, como es el caso de príncipes, caudillos y miembros de familias privilegiadas, que tienen la capacidad de imponer sus propios intereses sin intervención de otros. Habermas comprende al poder social más concretamente como “medida de la posibilidad que un actor tiene de imponer en las relaciones sociales sus propios intereses aún en contra de la resistencia de otros” (Habermas, 1998: 243). En un Estado democrático de derecho, el poder político se diferencia, según Habermas, en “poder comunicativo y poder administrativo” (Habermas, 1998: 203). El poder político surge del poder comunicativo mediante la formación discursiva de la voluntad común. El poder político tiene su origen en el poder comunicativo de los ciudadanos, y el Derecho se constituye en el medio o instrumento “a través del cual el poder comunicativo se transforma en administrativo” (Habermas, 1998: 217). De este modo, el Derecho ya no está ligado a una fuente legitimadora más originaria, como el derecho natural, sino que remite directamente al poder comunicativo de los ciudadanos (Nino, 1997).

A partir de la relevancia del lenguaje y la comunicación, de una rearticulación de la racionalidad comunicativa con la racionalidad estratégica, y de una reinterpretación de la noción de poder, Habermas ha desarrollado una teoría discursiva de la política, del derecho y de la moral, que tiene como fundamento la competencia comunicativa de los ciudadanos, y una teoría de la democracia deliberativa que pone el acento en la deliberación, la participación ciudadana y la resolución no violenta de los conflictos. Sobre la base de la estructura intersubjetiva de la deliberación ciudadana, Habermas esboza una nueva comprensión del poder legítimo, el cual está basado en razones que pueden ser discutidas críticamente en forma pública, y se distingue tanto de la mera fuerza bruta como de la dominación (Pinzani y Volpato Dutra, 2005). La fuerza de la cooperación en la determinación de los intereses comunes y de un convencimiento que se sustenta en el examen conjunto de la validez de las pretensiones mutuas, como características propias del poder comunicativo, se contraponen así a la manipulación y la mera imposición de intereses egoístas.

El poder social puede facilitar o restringir el poder comunicativo. El poder comunicativo se restringe, por ejemplo, cuando una empresa u organización, haciendo uso de su poder social, influye de tal modo en la administración que hace prevalecer sus propios intereses antes que el bien común o el interés general de la sociedad. Es por ello que el Estado de Derecho, el cual se basa en las “condiciones procedimentales de la génesis democrática de leyes” (Habermas, 1998: 336), debe mantener a raya no sólo al poder económico y al poder social, sino también al poder administrativo, para que este no desemboque, por ejemplo, en la autonomización de la burocracia. El derecho es el instrumento que posibilita el resguardo de los convenios y una concreción vinculante de los acuerdos logrados mediante la deliberación de los ciudadanos (Reigadas, 2007).

Habermas interpreta que entre los derechos humanos y la soberanía popular hay una tensión no resuelta a través de la historia. Después de señalar que las lecturas que Kant y Rousseau hacen de la relación entre derechos humanos y soberanía popular se corresponden respectivamente con una visión “liberal” y una “republicana” de la autonomía política, Habermas destaca que -en la discusión sobre los derechos humanos que tuvo lugar entre liberales y republicanos en Estados Unidos a partir de la década de los años 80 del siglo pasado- los liberales pusieron el acento en la autodeterminación moral, y los republicanos, en la autorrealización ética. La teoría habermasiana de la democracia deliberativa rehabilita de forma renovada las nociones de igualitarismo y soberanía popular, sin renunciar a los derechos individuales que defiende el liberalismo. Según Habermas, el concepto de autonomía, comprendido en términos de la teoría discursiva, posibilita la conexión interna entre derechos humanos y soberanía popular, la cual consiste “en el contenido normativo de un modo del ejercicio de la autonomía política, que no viene asegurado por la forma de leyes generales sino sólo por la forma de comunicación que representa” (Habermas, 1998: 168). Las condiciones para la institucionalización de esta conexión entre derechos humanos y soberanía se dan en el sistema de derechos.

Desde un punto de vista sistemático, Habermas busca mediar entre las concepciones liberal y republicana de democracia: mientras que los republicanos afirman que la soberanía reside en el pueblo y no puede delegarse, los liberales sostienen que la soberanía popular se ejerce a través de representantes. Desde una perspectiva discursiva, la democracia no se reduce a la discusión de intereses ni refiere exclusivamente a la defensa de los derechos humanos, como es el caso en la concepción liberal de la democracia, pero tampoco requiere una articulación ético-política densa de la sociedad, como lo exige el proyecto republicano. (Sartori, 2000) Es por ello que la política deliberativa toma distancia tanto del liberalismo como del republicanismo, a la vez que pretende rehabilitar e integrar sistemáticamente los derechos humanos individuales con la soberanía popular entendida en sentido intersubjetivista.

La idea central es que los ciudadanos empleen de forma autónoma el principio del discurso. La soberanía popular, que “se hace valer en la circulación de deliberaciones y decisiones estructuradas racionalmente” (Habermas, 1998: 203) es el elemento clave de una

democracia radical, puesto que ella constituye la forma racional y razonable de expresar el “bien común” (Michelini, 2008) o el interés general. La transformación del principio del discurso en un principio de la democracia es un asunto que incumbe exclusivamente a la libertad comunicativa de los ciudadanos. En tal sentido, “los derechos a hacer uso público de la libertad comunicativa dependen de formas de comunicación y de procedimientos discursivos de deliberación y decisión” (Habermas, 1998: 193). Con ello, los conceptos de soberanía popular y de deliberación quedan estrechamente ligados: la soberanía popular no remite ya a un colectivo, a una asamblea o a un conjunto de ciudadanos que se reúne en un determinado lugar, sino al circuito de deliberaciones públicas y al ámbito de las decisiones racionales.

Consideraciones finales

Los conflictos son fenómenos constitutivos tanto del ethos, entendido este como mundo de la vida cotidiano y compartido por una cultura o grupo social, como de la realidad política de las sociedades. Uno de los objetivos clave de la política deliberativa es precisamente la solución racional, justa y pacífica de los conflictos. Según la teoría de la democracia deliberativa, esta tarea requiere de una racionalización del poder, la cual puede llevarse a cabo mediante la deliberación cooperativa de todos los afectados en tanto que participantes libres e iguales en el discurso público. Es por ello que una pieza medular de la teoría de la democracia deliberativa la constituye la “red de discursos y formas de negociación que tiene por fin posibilitar la solución racional de cuestiones pragmáticas, morales y éticas, es decir, justo de esos problemas estancados de una integración funcional, moral y ética de la sociedad” (Habermas, 1998: 398).

La deliberación pública debe poder contribuir a la determinación conjunta de las necesidades y a un ejercicio cooperativo en la toma de decisión sobre las aspiraciones de todos los ciudadanos. Sin embargo, tanto la determinación de las necesidades legítimas como los asuntos relacionados con su satisfacción adecuada son objeto de controversias, disensos y conflictos, dado que afectan intereses diversos. La teoría de la democracia deliberativa sostiene que los diferendos relacionados tanto con intereses generales como con aspiraciones individuales o grupales deben ser resueltos mediante el procedimiento racional de la deliberación pública, con la participación de todos los afectados, en libertad e igualdad de condiciones: sólo de esta forma los disensos y conflictos pueden ser resueltos de forma no sólo pragmática y eficiente, sino también justa. En tal sentido, la democracia deliberativa es un procedimiento que, para su implementación, requiere que los ciudadanos reciban información suficiente, adecuada y fiable, así como que sea posible llevar adelante un intercambio fundado de argumentos; considerar al otro no como enemigo, sino como acompañante en la búsqueda de soluciones razonables; la justificación y la crítica racional de propuestas (dando, recibiendo y exigiendo razones en todos aquellos asuntos que son de relevancia pública) (Michelini, 2007); el esclarecimiento no sólo de los derechos sino también de las obligaciones y la responsabilidad de las que se hacen cargo las partes, etcétera. No puede haber deliberación sin la configuración de una opinión pública informada y crítica, que se oriente a la búsqueda de la voluntad común: la mera lucha hegemónica por el poder, la consecución de beneficios egoístas y la consolidación de intereses sectoriales no son un camino razonable para la solución justa de conflictos. Acorde con ello, la política deliberativa exige participación activa de la ciudadanía y el suministro de información confiable, e implica no sólo el ejercicio activo de los derechos, sino también la puesta en práctica de la solidaridad (Michelini, 2007) y las obligaciones ciudadanas.

La fuerte normatividad de la teoría de la democracia deliberativa está ciertamente en tensión con la realidad actual de los sistemas democráticos vigentes, especialmente en América Latina, y también con la historia más o menos reciente de los países latinoamericanos, en los cuales la información política amplia y fiable no es un fenómeno corriente, dado que a menudo se ve afectada por diversas formas de desinformación. Tampoco la deliberación

pública irrestricta, en tanto que intercambio comunicativo racional entre ciudadanos libres e iguales, aparece como un elemento político institucionalizado. A estos problemas se suman una serie de experiencias de conflictividad, exclusión y violencia que dificultan o impiden la configuración de un marco social e institucional adecuado para la participación igualitaria y sin restricciones de todos los ciudadanos en la deliberación pública.

Frente a experiencias de conflictividad y a fenómenos que ponen de manifiesto la debilidad de la interacción deliberativa, los cuales podrían ser aducidos para invalidar las pretensiones socio-integradoras de la teoría de la democracia deliberativa, cabe señalar como contrapeso, al menos dos cuestiones clave, a saber: por un lado, que la deliberación, con todas sus implicancias, es el mejor medio del que disponemos los seres humanos para la resolución justa y pacífica de disensos y conflictos. Por otro lado, que la deliberación en el ámbito de la política no desemboca siempre y necesariamente en un consenso o entendimiento pleno entre las partes (consenso y entendimiento que son producto de la racionalidad comunicativa), sino que, en el ámbito político, especialmente cuando las posiciones son la deliberación puede dar lugar legítimamente a compromisos (que son fruto de la racionalidad estratégica) entre las partes. En tal sentido puede decirse que, en política, la articulación entre la racionalidad comunicativa y la racionalidad estratégica es una tarea compleja e infinita, pero que es imprescindible para la resolución racional, justa y pacífica, de conflictos.

Desde la perspectiva apeliana, y tal y como se ha desarrollado más arriba, resulta necesaria la complementación entre el principio del discurso y una estrategia moral a largo plazo; es lo que Maliandi (2007) propone pensar como un paradigma de restricción compensado en la Ética del discurso, en tanto que responsabilidad histórica y discurso de aplicación de las normas morales a los diversos subsistemas del mundo de la vida, entre los cuales la política suele ser uno de los más complejos, dado que tiende a estar colonizado por la racionalidad estratégica. “Pero la diferencia esencial del paradigma de ‘restricción compensada’ con el del ‘rigorismo’ se da en el criterio de aplicabilidad. La Ética del discurso no sólo es una ética de ‘dos niveles’, sino también de ‘dos partes’ (A y B)” (Maliandi, 2007: 55). La aplicación de las normas bien fundadas admite, en la Ética del discurso, el reconocimiento de las condiciones de aplicación de las mismas, esto es: “Si la parte A proporciona la fundamentación del principio apriorístico entre las condiciones de toda argumentación, la parte B intenta una fundamentación de las ‘condiciones de aplicación’” (Maliandi, 2007: 55). Lo anterior, lejos de tender a un relativismo moral –morales contextuales-, intenta aplazar de forma razonable la aplicación del principio del discurso, hasta que se hayan generado las condiciones de su aplicación. En la realidad concreta, en un sentido amplio, y en las diversas coyunturas políticas, en un sentido más restrictivo, la aplicación de un principio no es algo que se lleva delante de forma meramente abstracta, sino que siempre se refiere a situaciones e interacciones puntuales, con mayor o menor grado de generalidad, de los distintos subsistemas del mundo de la vida. Por lo tanto, habrá muchas situaciones en las que los interlocutores, aun habiendo reconocido la validez del principio del discurso, no puedan, por coacciones fácticas o funcionales sistémicas, llevarlo a cabo en su realización efectiva, por ejemplo, a través de un discurso práctico o en la deliberación parlamentaria. En tal sentido, este aplazamiento no significa una renuncia a la racionalidad discursiva, o admitir sin más el primado de la racionalidad estratégica en el mundo de la vida, sino que tiende a indicar la necesidad de diversos procesos de factibilidad concretos de racionalización del mundo de la vida y, a largo plazo, que hagan posible la realización más plena posible del principio del discurso.

Referencias bibliográficas

APEL, Karl-Otto (1980). “Casual Explanation, Motivational Explanation and Hermeneutic Understanding” and *Remarks on the Recent Stage of the Explanation-Understanding Controversy*, *Ajatus*, 38, 72-123.

----- (1985). *La transformación de la filosofía*. Tomo II. Madrid: Taurus.

- (1988). *Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Übergangs zur postkonventionellen Moral*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1994). *Semiótica filosófica*. Buenos Aires: Almagesto.
- (1996) “¿Husserl, Tarski o Pierce? Para una teoría semiótico-trascendental de la verdad como consenso” en Nicolás y Frápoli (Eds.), *Teoría de la verdad en el siglo XX (597-616)*. Madrid: Tecnos.
- (1998). *Teoría de la verdad y Ética del discurso*. Barcelona: Paidós.
- (2002). *Semiótica trascendental y filosofía primera*. Madrid: Síntesis.
- (2004). *Apel versus Habermas*. Granada: Editorial Comares.
- (2007). *La globalización y una ética de la responsabilidad*. Buenos Aires: Prometeo.
- (2010). “Sobre la relación entre ética, derecho internacional y estrategia político-militar en nuestro tiempo. Una retrospectiva filosófica sobre el conflicto de Kosovo”, en Fornari; Pérez Zavala y Wester (Comps.), *La razón en tiempos difíciles. Homenaje a Dorando J. Michelini (143-153)*. Río Cuarto: Ediciones del ICALA.
- BORRINI, Alberto (2003). *Cómo se vende un candidato*. Buenos Aires: La Crujía.
- BUITRAGO RESTREPO, Pedro Felipe y DUQUE MARQUEZ, Iván (2013). *La economía naranja*. México: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- CAMPS, Victoria (1989). *Historia de la ética*. Tomo III. Barcelona: Crítica
- CARDOSO, Lucrecia y TRIGUBOFF, Matías (2019). “Políticas y Producción Audiovisual en la Era democracia, Comunicación y sociedad”, en *Revista Comunicación y sociedad. Digital en América Latina*. Santiago: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.
- ECO, Umberto (1987). *Para una guerrilla semiológica*. Buenos Aires: Editorial Deusto.
- ELSTER, Jon (Comp.) (2001). *La democracia deliberativa*. Barcelona: Gedisa.
- FERNANDEZ SOUTO, Ana Belén (2006). “Las relaciones públicas como elemento tangencial la publicidad, propaganda, información y otras áreas de la comunicación”, en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 48(196), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciudad de México, 159-170. Recuperado de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v48n196/0185-1918-rmcps-48-196-159.pdf> (15/05/24).
- FLORIDI, Luciano (2006). *Ética de la información*. Barcelona: Isegoría.
- GARCÍA BEAUDOUX, Virginia; D’ADAMO, Orlando y SLAVINSKY, Gabriel (2011). *Propaganda Gubernamental: tácticas e iconografías del poder*. Buenos Aires: La Crujía.
- HABERMAS, Jürgen (1991). *Wahrheit und Rechtfertigung. Philosophische Aufsätze (Erweiterte Ausgabe)*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1998). *Facticidad y validez*. Madrid: Trotta.
- (2000). *Aclaraciones a la Ética del discurso*. Madrid: Trotta.
- (2007). *Verdad y Justificación*. Madrid: Trotta.
- (2008). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Madrid: Trotta.
- LIPOVETSKY, Gilles (1985). *La Era del Vacío*. Barcelona: Anagrama.
- LOVECE, Graciela (2015). *Medios Masivos de Comunicación*. Buenos Aires: Erreius.
- LUPTON, Ellen (2019). *El diseño como storytelling*. Madrid: Editorial G.G.
- LYOTARD, Jean-François (2006). *La condición postmoderna*. Barcelona: Ediciones Cátedra.

MALIANDI, Ricardo (2007). "Importancia y límites del paradigma de restricción compensada en la Ética del discurso de Karl-Otto Apel", en Michelini, Dorando; Maliandi, Ricardo y De Zan, Julio (eds.). *Ética del discurso. Recepción y crítica desde América Latina* (47-65). Río Cuarto: Ediciones del ICALA.

MARTÍNEZ LÓPEZ, José Samuel (2011). *Sociedad del entretenimiento: Construcción socio-histórica, definición y caracterización de las industrias que pertenecen a ese sector*. Buenos Aires: Luciérnaga.

MICHELINI, Dorando (2007). "Discurso y solidaridad en Karl-Otto Apel", en Figueroa Muñoz, Maximiliano y Michelini, Dorando (Eds.), *Filosofía y solidaridad. Estudios sobre Apel, Rawls, Ricoeur, Lévinas, Dussel, Derrida, Rorty y Van Parijs* (13-36). Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

----- (2008). *Bien común y ética cívica. Una propuesta desde la Ética del discurso*. Buenos Aires: Bonum.

NINO, Carlos (1997). *La constitución de la democracia deliberativa*. Barcelona: Gedisa.

PINZANI, Alessandro y D. VOLPATO DUTRA, Delamar José (2005). *Habermas em discussão. Anais do Coloquio Habermas*, NEFIPO: Florianópolis.

PRIMO TAPIA, Wilfrido de Jesús (2017). "Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: del ocio tradicional al ocio digital", en *Management Review*, 2(2), 101 - 119. Recuperado de: <https://doi.org/10.18583/umr.v2i2.65> (15/05/24).

REIGADAS, María Cristina (2007). "Los déficits de la democracia en la Argentina: ¿Por qué no la democracia deliberativa?", en Michelini; Maliandi y De Zan (comps.), *Ética del discurso. Recepción y crítica desde América Latina* (213-232). Río Cuarto: Ediciones del ICALA.

SÁNCHEZ MURILLO, Luis Fernando (2005). "El marketing político y sus consecuencias para la democracia", en *Comunicación y sociedad*, 4, 11-38. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2005000200011&lng=es&tlng= (04/08/2024).

SARTORI, Giovanni (2000). *Teoría de la democracia*. Madrid: Alianza.

SCOLARI, Carlos Alberto (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Madrid: Editorial Deusto.

VATTIMO, Gianni (1986). *El fin de la modernidad: Nihilismo y hermenéutica*. Madrid: Gedisa.

Cita sugerida: KLEIN, Carolina Agustina y ROMERO, Eduardo Ovidio (2024). "Ética del discurso, política y nuevas audiencias" en *Argonautas. Revista de Educación y Ciencias Sociales*, Vol. 14, Nº 23, 27-40. San Luis: Departamento de Educación y Formación Docente, Universidad Nacional de San Luis. <http://www.argonautas.unsl.edu.ar/>



Recibido: 30 de mayo de 2024

Aceptado: 29 de julio de 2024