

Colección: El Estado de la Democracia

Bernardo Sorj

compilador

PODER POLÍTICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

De la representación política
al *reality show*



Desde el período de la lucha contra las dictaduras, cuando emergió en América Latina una sociedad civil que se colocaba como símbolo y trinchera de la lucha democrática, hasta los tiempos actuales, mucha cosa cambió en este amplio universo de instituciones. Si bien nunca fue homogénea ni totalmente virtuosa, era vista como tal en función del contexto político. Hoy está claro que ella se diversificó enormemente y engloba una gama muy variada de instituciones, muchas de las cuales son apéndices del estado, de partidos políticos o del sector privado. Este libro busca contribuir al análisis de la nueva configuración de la sociedad civil en América Latina y su papel en la consolidación de la democracia en la región. Para realizar esta tarea se hace necesaria una reflexión crítica sobre la sociedad civil. Crítica no en el sentido de subestimar o desvalorizar sus realizaciones, sino de identificar sus nuevas y variadas formas de inserción en la sociedad, los problemas que ellas generan y los desafíos que colocan.



Bernardo Sorj es director del Centro Edelstein de Investigaciones Sociales y profesor de sociología de la Universidad Federal de Río de Janeiro. Formado en Historia y Sociología por la Universidad de Haifa y Ph.D. en sociología por la Universidad de Manchester. Fue profesor visitante en varias universidades europeas y de los Estados Unidos, ocupando entre otras posiciones las cátedras Sérgio Buarque de Holanda de la Maison des Sciences de L'Homme y Simón Bolívar del IHEAL/París. Autor de libros publicados en varias lenguas, sobre temas de teoría social, América Latina, democracia y judaísmo. Entre los libros más recientes se incluyen:

El Desafío Latinoamericano (con Danilo Martuccelli, Siglo XXI, 2008), **La Democracia Inesperada** (Prometo/Bonagno, 2004) y **Judaísmo para Todos** (Siglo XXI, 2009).



BERNARDO SORJ

(Comp.)

**PODER POLÍTICO
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**De la representación política
al reality show**



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
--------------------	---

FRONTERAS MÓVILES: CAOS Y CONTROL EN LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS Y POLÍTICOS EN AMÉRICA LATINA.....	15
--	----

Fernando Ruiz

GIRO A LA IZQUIERDA, POPULISMO Y ACTIVISMO GUBERNAMENTAL EN LA ESFERA PÚBLICA MEDIÁTICA EN AMÉRICA LATINA	59
--	----

Philip Kitzberger

MEDIOS, PODER Y DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA ...de celebrities políticas, poderes mediáticos y democracias de simulación	99
---	----

Omar Rincón y Ana Lucía Magrini

CENSURA JUDICIAL DE LA PRENSA EN EL BRASIL AUTORREGULACIÓN Y MADUREZ DEMOCRÁTICA ..	137
--	-----

Carlos Eduardo Lins da Silva

LOS AUTORES	189
-------------------	-----

Como indican los trabajos aquí presentados, en varios países de la región, presidentes y asesorías de prensa desarrollaron una estrategia de comunicación política mediante la cual los presidentes y sus asesorías de prensa prácticamente no se dirigen más a los periodistas para comunicar noticias. En el nuevo formato de la comunicación, esta maniobra de elusión, se realiza a través de actos o programas periódicos en los cuales el presidente “habla con el pueblo”, siendo éstos transmitidos por cadenas de radio y televisión. Esta estrategia, como muestra el trabajo de Omar Rincón y Ana Lucía Magrini, no es monopolio de una línea ideológica, pues es utilizado tanto por Hugo Chávez en Venezuela como por Álvaro Uribe en Colombia.

El poder siempre se valió de medios simbólicos para construir imágenes de los gobernantes con los cuales el pueblo podía identificarse. Pero el viejo estilo mediático de la celebración del poder, era el de la construcción de imágenes de líderes al mismo tiempo distantes y paternales, diferentes del común de los mortales y por lo tanto caracterizados por un aura singular. Hoy, en una sociedad permeada por valores igualitarios, la comunicación política se transformó en un *reality show*, en el que los gobernantes deben mostrarse iguales al común de la gente, uno igual a ellos. La idea de que los representantes del pueblo son personas con cualidades y educación excepcionales, llega a ser despreciada y está condenada al fracaso comunicacional, pues es vista como algo distante y elitista.

O sea, que más allá del enfrentamiento entre núcleos de poder, el tema de los medios y la política nos trae a una temática de fondo que es la de la transformación, tanto de las re-

laciones sociales (cada vez más centradas en una cultura igualitaria e individuos con amplio acceso a la información), como la de la representación social (con la colisión entre la concentración de poder y la participación colectiva).

Esta transformación impacta incluso sobre la propia profesión de periodista, la que está siendo redefinida por la creación de sites y blogs, institucionales o personales, sin mencionar los SPAMS, y que convierten a cualquier ciudadano u organización en fuente de noticias. Si bien el periodismo de investigación, asociado a los grandes medios, continúa siendo la principal fuente de “noticias” de amplio impacto social (que los blogueros posteriormente comentan), el sentimiento entre los profesionales de la comunicación es que el periodismo es una profesión en crisis.

Pero quizás el factor central, desde el punto de vista del tema aquí analizado, es que la convergencia de los medios (teléfono, televisión e internet), atrae el interés de nuevos y poderosos actores económicos al área de la producción de contenidos; particularmente a las grandes empresas de comunicación y los grandes portales de internet que pasaron a tener un interés estratégico en la producción de contenidos. En general son empresas económicamente más poderosas que los grupos tradicionales del área de comunicación.

Esta transformación del sistema de los medios de comunicación, exige a su vez, nuevas formas de regulación del sector, lo que ha dado a los gobiernos la posibilidad de intervenir a favor de tal o cual grupo empresarial, colocando una espada de Damocles sobre las empresas del sector, y que puede ser usada por los gobiernos en función de intereses políticos partidarios.

Las nuevas formas de comunicación política y la fragilidad comercial de los medios de comunicación, cuestiona la tesis del poder omnipotente de los medios de comunicación. ¿Porqué entonces el empecinamiento contra éste sector? Aquí, y generalizando nuevamente una realidad que difiere de país en país, resalta el debilitamiento de otros medios tradicionales de articulación de voces de oposición en la región, en particular, de los partidos políticos y los sindicatos. Este contexto, en el que los medios aparecen como los únicos factores capaces de articular críticas al poder público, los convierte en blanco privilegiado de los ataques de los gobiernos con tendencias autoritarias. O sea que, cuando fallan las estructuras de *mediación* entre los ciudadanos y el sistema político, se pasa a la *mediatización* de estas relaciones. Con distinta intensidad, éste proceso está presente en todas las democracias modernas, transformando la relación con los medios (ocupándolos, neutralizándolos o silenciándolos), en el corazón de la actividad política. Aparecer en los medios pasó inclusive a ser obligatorio tanto para las organizaciones de la sociedad civil como para los grupos de activistas radicales.

Finalmente, no podemos dejar de mencionar dos temas que surgieron en el seminario y que si bien no son el objeto de este libro, merecen ser mencionados. El primero, es la existencia de medios de comunicación libres de la interferencia de los gobiernos, que son fundamentales para enfrentar regímenes y tendencias autoritarias, pero que al denunciar incesantemente a los políticos por actos de corrupción, pueden llevar a la erosión de los valores democráticos. Aparentemente ésta paradoja se explica por la misma dinámica: el periodismo de investigación, que denuncia la malversación y apropiación privada de recursos

públicos, es fundamental para la democracia. Pero el periodismo que sólo se concentra en la denuncia, debilita la imagen de toda autoridad política por la tendencia a la valorización excesiva del escándalo político frente a cualquier otra noticia. Este contexto genera un estado de conflicto, en el cual políticos y los medios de comunicación se deslegitiman mutuamente, cosa que no favorece la consolidación de una cultura de dialogo democrático y respeto por las diferentes esferas de poder.

El segundo tema, sobre el cual esperamos realizar un próximo encuentro y una próxima publicación en esta colección, es el del impacto de los nuevos medios de comunicación en la política. Entendemos que es un campo muy dinámico, en permanente transformación, y que exige investigaciones y un constante acompañamiento que nos permita comprender, qué, cuánto y cómo el mundo virtual afecta al sistema político.

Los trabajos aquí presentados fueron discutidos en el seminario *¿Democracia 2.0?: Nuevos escenarios en la relación entre medios y política en América Latina*, realizado en Buenos Aires el 16 de Octubre de 2009. El seminario fue organizado por Hernan Galperin, director de la Universidad San Andrés y por Alberto Quevedo, director de FLACSO/Argentina, conjuntamente con Plataforma Democrática. Las mesas contaron con la participación de: Silvio Waisbord, Maria O'Donnell, Carlos Acuña, Lucas Sierra, Eliseo Verón, Miguel Wiñazki, Laura Zommer. Sus comentarios y del público presente fueron integrados por los autores en la versión final de los textos. Un resumen de los debates realizado por Alejandro Alfie y el video del seminario puede ser encontrado en www.plataformademocratica.org.

La colección **El Estado de la Democracia en América Latina** presenta textos inéditos sobre los desafíos que enfrenta la democracia en nuestra región. Ella es parte de las actividades de Plataforma Democrática (www.plataformademocratica.org), un proyecto dedicado a fortalecer la cultura y las instituciones democráticas en América Latina, a través del debate pluralista sobre las transformaciones de la sociedad y de la política en la región y en el mundo.

ISBN 978-987-1013-80-7



9 789871 013807

