



Espacios Públicos

ISSN: 1665-8140

revista.espacios.publicos@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México

México

Heras Gómez, Leticia

Comunicación política y democratización en Iberoamérica de Carlos Rodríguez Arechavaleta y Carlos
Moreira (coords.)

Espacios Públicos, vol. 15, núm. 35, septiembre-diciembre, 2012, pp. 197-202

Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67624803013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Comunicación política y democratización en Iberoamérica de Carlos Rodríguez Arechavaleta y Carlos Moreira (coords.)

Fecha de recepción: 31 de mayo de 2012

Fecha de aprobación: 10 de agosto de 2012

*Leticia Heras Gómez**

El libro que nos ocupa es, por decir lo menos, necesario y oportuno en varios sentidos. En primer lugar porque conjunta una serie de trabajos que apuntan al tema esencial de la comunicación política en los países iberoamericanos, pero en el marco de los procesos de democratización de la región latinoamericana y de la consolidación de la misma en España y Portugal. Esto significa que esta obra es muy recomendable porque sus análisis forman parte del recuento de temas indispensables en el proceso de mayor alcance del siglo XXI, que es la democratización de ambas latitudes.

En segundo lugar, el libro es valioso porque aborda con puntualidad la siempre conflictiva relación entre medios de comunicación, problemática socioeconómica y representación política. Tres ámbitos que merecen un estudio por separado, pero que el actual escenario obliga a los estudiosos a explorar sobre campos coincidentes de estudio que permitan al lector entender el fenómeno de la comunicación política de manera inter y multidisciplinaria. Es decir, es un texto sumamente enriquecedor para la academia.

* Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana. Perfil PROMEP, SNI I. Adscrita a la Facultad de Ciencias Políticas de la UAEM.

En tercer lugar, el texto es oportuno para la propia vida democrática por la que atraviesan nuestros países. Procesos electorales continuos —y a menudo turbulentos—, velocidad, innovación y desafío en la emisión de la comunicación política, y sociedades cada vez más ávidas de información, pero al mismo tiempo cada vez menos proclives a la recepción y con mayores deseos de intervenir en la vida política, sólo que a su modo y por sus propios medios, valga la redundancia. Esa es la nueva realidad de la vida y la comunicación política. Y ello es lo que nuestros autores compilan y ofrecen en el libro reseñado.

La obra consta de once artículos que analizan a fondo experiencias nacionales sobre medios y política en Venezuela, Bolivia, Ecuador, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, México, España y Portugal. A este conjunto se agrega una introducción que redacta Ludolfo Paramio, la cual ofrece una visión histórico-estructural sobre los cambios en las percepciones ciudadanas sobre sus gobernantes, fundadas no en las propuestas u ofertas de los partidos políticos, sino en lo que él llama la *personalización de la política*: el mensaje rápido y eficaz que acompaña a la imagen de los candidatos, con los cuales se busca generar confianza y disminuir la desafección política. Sucinto pero sugerente el aporte de Paramio en particular para la región latinoamericana, en donde dicha personalización ha tomado el nombre de nuevo populismo, con Venezuela, Bolivia y Ecuador como ejemplos.

Por su parte, los compiladores, Carlos Rodríguez Arechavaleta y Carlos Moreira,

nos acercan a la nueva lógica que priva entre el desarrollo de los medios de comunicación y las características de los sistemas políticos, definiendo (con otros autores) tres modelos básicos de correlación: el modelo pluralista polarizado o mediterráneo, el democrático corporativo o del Norte y Centro de Europa; y el liberal o del Atlántico Norte (Rodríguez y Moreira, 2011: 26). Cada uno definido por el peso de los poderes privados dueños de los medios, por el papel interventor del Estado y de la legislación, y por el propio desarrollo tecnológico de los medios.

Los fundamentos teóricos de la comunicación política los estudia Carlos Rodríguez en la primera de sus contribuciones. Sobra decir que la fundamentación teórica debe ser el armazón conceptual que precede y atiende los estudios empíricos, y que en este caso puntualizar dicha armazón permite orden y respaldo a los estudios nacionales o regionales.

Una breve incursión en cada uno de los artículos que componen el libro permitirán conocer al lector hasta qué punto el marco teórico y el ejercicio analítico empírico fue consistente.

El ensayo de Manuel Hidalgo sobre la experiencia venezolana durante el ya largo periodo chavista, nos explica que existe una fuerte intervención estatal en los medios, y que ésta se ha hecho mediante el marco regulatorio *ad hoc*, la expansión medios de comunicación públicos y paraestatales, y que se ha agravado por la utilización discrecional de ayudas y subsidios, a aquellos que son afines al régimen. Todo ello dentro de un contexto

político y social acentuadamente clientelar y proclive a la corrupción. Difícil panorama para desarrollar una comunicación política de orden democrático.

El caso boliviano es abordado por Fernando Mayorga. En pleno proceso de cambio político, los empresarios de los medios y el gobierno en turno cambian pautas, negocian audiencias y tratan de imponer agendas. A partir del ascenso de Evo Morales y el Movimiento al Socialismo en 2006 "...la comunicación política se despliega en un escenario de intensa polarización ideológica [...] el espacio mediático se caracteriza por una división y contraposición entre medios de comunicación de carácter privado, que juegan claramente un papel opositor, y medios de propiedad estatal que funcionan al servicio del gobierno" (Rodríguez y Moreira, 2011: 113). Pero la problemática va más allá, pues la información sobre un mismo hecho a menudo se presenta contradictoria, según el medio que la emite; lo cual permite reafirmar que un espacio político convulso, es afectado y afecta la comunicación política, enmascara la realidad y desvirtúa las percepciones de la ciudadanía, aun sobre el mismo gobierno.

El siguiente artículo está dedicado a la experiencia de Ecuador. Isabel Ramos y Mario Cerbino indican que actualmente existe una álgida confrontación entre la política de medios del Estado y la agenda de las empresas de comunicación privadas. Los autores apuntan que una de las salidas institucionales fue la Ley de Comunicación, pues lo singular del caso ecuatoriano es que ha sido en el espacio

mediático donde se expresan "los denuestos y descalificaciones mutuas entre los exponentes más reconocidos de la prensa y los funcionarios gubernamentales..." (Rodríguez y Moreira, 2011: 155). Lo que muestra que el antagonismo político puede estar siendo antagonismo mediático, pero el asunto se traduce en que los medios plantean una realidad y el gobierno otra. Ante ello, la sociedad, y no solamente el elector, se polariza o se aleja de la vida política.

El artículo sobre Chile lo elaboran Patricio Navia y Arturo Arriagada, pero lo concretan al caso de la televisión. Es claro que la transición chilena ofrece un panorama distinto a los tres anteriores. En Chile se confirma el hecho de que el contexto político democrático establece pautas para el desarrollo de la comunicación democrática que abren espacios informativos a la sociedad, la que a su vez tiene elementos para tomar papel en la vida política. En este país la televisión ha sido el medio de comunicación política por excelencia "...los procesos de comunicación política –entendidos como el intercambio de información entre políticos, medios y ciudadanos– se han desarrollado principalmente a través de este medio de comunicación" (Rodríguez y Moreira, 2011: 169). La televisión ha jugado un enorme papel mediático en la consolidación de la democracia en Chile, siendo hasta años muy recientes cuando internet comienza a disputar el espacio para la información política. En este sentido, si bien el artículo profundiza en el medio televisivo, será interesante conocer el desarrollo de los otros medios en la transición chilena.

El siguiente caso analizado es el de Argentina. Antonio Camou nos ofrece un estudio sobre el accidentado proceso de regulación de los medios de comunicación desde que el país recuperó la vida democrática. Según qué gobierno dicho proceso ha oscilado entre una *desregulación anarquizante* que apunta a una concentración oligopólica de los medios, hasta una *intervención discrecional* por parte de algunos gobiernos, que coarta la libertad de prensa y les permite discrecionalmente favorecer o perjudicar a algún medio en particular. Esa ha sido la historia de la correlación medios-gobierno en Argentina en los últimos 25 años. De ahí que Camou centre su análisis en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009, de Cristina Fernández de Kirchner. Se invita a los lectores a conocer los alcances de una ley que ha generado una gran polémica no sólo en aquel país, sino en toda América Latina.

Uruguay representa para América Latina la moderación de la línea política de izquierda, de ahí que el desarrollo de la comunicación política resulte sugerente, pues desde el gobierno de Tabaré Vázquez hasta el de José Alberto Mujica, implementan una comunicación directa con la ciudadanía y parecen continuar el enfrentamiento con las empresas privadas de comunicación. Hasta ahora la relación es de gran tensión entre ambos actores, lo que sacrifica el flujo de información política al ciudadano. Sin duda, el Frente Amplio en el gobierno deberá recomponer su discurso y arbitraje de los medios, pues no ha sido capaz de generar una política que limite la concentración monopolítica de

los medios y que a su vez fortalezca los medios públicos, pues de no definir dicha política, y en virtud del avance en medios tradicionales y en mayor medida digitales, es posible que hasta su propia autoridad política esté en riesgo.

El estudioso de la política brasileña, Francisco Fonseca, aporta un análisis sobre medios, poder y democracia en Brasil. El artículo es –dentro del conjunto– uno de los que mejor examinan el impacto de los medios de comunicación en el desarrollo de la democracia, aproximación que luego aplica al caso brasileño, pero que resultaría adecuado para el análisis de la región entera. Es de los ensayos que consideran aspectos sustanciales para la comunicación política y la vida democrática, tales como la formación de la opinión pública, el papel de control social que los medios pueden ejercer sobre los gobiernos, o la relación que tienen medios privados de comunicación y gobiernos, como esfera privada y pública respectivamente, entre otros temas. Es decir, se está colocando en el centro de la discusión la presencia de los medios en el sistema democrático, y que en Brasil está representada por el conglomerado oligopólico de los medios, encabezado por la gran organización Globo.

Aquí lo relevante es la vinculación que se hace entre las redes privadas de comunicación y sus enormes ganancias, que implican, a su vez, un enorme poder político; y las escasas regulaciones desde el poder público, las cuales han permitido su expansión oligopólica, debido al carácter débil de la legislación, a que existe una muy baja inspección y a que no hay transparencia en la información sobre todo ello.

El caso de México es estudiado por Carlos Rodríguez Arechavaleta, quien desde una perspectiva politológica aborda el sistema y lógica mediática en México. Es el ensayo que mejor sitúa dentro del proceso democrático el desarrollo de los medios de comunicación, colocando el progreso mediático como un componente relevante de la calidad de la democracia en construcción. Con este marco el autor analiza la situación de los medios en México a partir de las siguientes variables: estructura de propiedad de los medios, poderosamente privados; contenidos mediáticos, emotivos y no cognitivos; tipo y búsqueda de mayores audiencias, *rating*; relación políticos-medios, *lobbying* en las instituciones y agencias reguladoras estatales, y ambigüedad en el marco regulatorio, en particular el que debe organizar los tiempos mediáticos durante las campañas electorales. El ensayo es notoriamente oportuno en este tiempo de definición política en el país, pero lo es más porque apunta a que la calidad de la comunicación política es parte sustancial de la calidad democrática a la que aspiran los mexicanos, y este sentido no se queda en la parte electoral, que en términos políticos es solamente un momento y no un contexto.

Con el ensayo “30 años de Comunicación y Política en España”, Ignacio Urquizu-Sancho nos aporta el análisis de la opinión pública española en relación con el comportamiento político, centrado casi exclusivamente en la orientación del voto. En el estudio, muy acorde con la tradición española de abordar la comunicación política, dentro del famoso *marketing* político, el autor nos conduce al sentido de las preferencias

electorales de los últimos 20 años en aquel país, más que a la lógica mediática. Es decir, no tiene un apartado concreto sobre medios o su relación con el sistema político, lo que hace del artículo un aporte más cercano a los estudios electorales que a la comunicación política. Su contenido describe al votante español, en relación con su sistema de partidos. La parte de los medios sólo se toca tangencialmente cuando se habla de opinión pública. Haría falta integrar en el análisis los temas ausentes, como la correlación medios-sistema político, la relación esfera pública-esfera privada, o la lógica mediática de los sistemas políticos en crisis o transición democrática, sólo por citar los más relevantes. En suma, interesante pero un tanto fuera de la argumentación central del libro.

Finalmente se presenta el fenómeno de la comunicación política en Portugal. El caso es ilustrativo de una dinámica de cambios dentro de la crisis económica por la que atraviesa el país, y nos recuerda que el factor económico es siempre relevante en la problemática medios-gobierno, pues la crisis afecta profundamente a ambos sectores. El autor Paulo Faustino estudia los efectos de la crisis en las empresas de la comunicación en Portugal y afirma que serán los medios digitales los que sustituyan a los tradicionales. A detalle, el autor estudia la evolución de cada uno de los medios y ofrece como síntesis que en Portugal “los factores políticos, sociales, tecnológicos y económicos constituyen la actual coyuntura de la industria de los medios” (Rodríguez y Moreira, 2011: 424). Lo que no está estudiado con más detenimiento

son justamente los factores políticos, y esta ausencia no permite observar hasta qué punto es importante la relación medios-sistema político.

Si bien los ensayos aportan valiosa información y analizan a fondo cada experiencia nacional, en algunos el encuadre son las arenas sociopolíticas donde tiene lugar la comunicación política; en algunos otros ensayos el estudio se concentra en la relación elector-medio, disminuyendo con ello el alcance, impacto e influencia que recíprocamente tienen el contexto económico, político y social sobre el desarrollo de los medios, y el de éstos sobre la arena política. No debe olvidarse que la vida política se alimenta de información, pero que aquella es mucho más ancha que la vida electoral.

Como una herramienta útil tanto para politólogos como para estudiosos de la comunicación, lo más relevante del texto es la búsqueda de un eje central que permita a los estudiosos la comprensión del fenómeno contemporáneo de la comunicación política, vista más allá de los medios y más allá de los procesos electorales. Política y comunicación en su más amplio y profundo significado.

BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez Arechavaleta, Carlos y Carlos Moreira (2011), *Comunicación Política y democratización en Iberoamérica*, México, UIA, CPES.