

Pensar la política desde la comunicación



Kramnik optimiza sus alfiles centraliza su dama, en abledud del rey oponente. 19 D 21 P x P P x P, 22 P4A A2C, C3C, 25 D5T D1R, 26 P x P. Elimina las reinas y fianco para forzar un ca

ILUSTRACIÓN: PATRICIA LÓPEZ

nuevamente, de construcción y reconstrucción de la cultura.

Es la presencia de una cultura con características universalizantes, así como en un tiempo fue la Ilustración o el Iluminismo. Pero con una diferencia significativa: es una cultura de y para todos, aunque ya empezamos a notar la exclusión y la diferencia. De todas formas, las gentes hoy están convocadas- "se encuentran" dirán algunos- por los gustos y los signos que van conformando/moldeando las industrias culturales. Habermas apuntará, con sentido de preocupación moderna, por lo tanto ilustrada, que "asistimos a los dolores de parto de un modo de socialización completamente nuevo".

Teniendo como base introductoria esa tesis, quisiera plantear de seguidas una variada gama de notas *para entender*, no digo que definitivamente porque sé que es mucho pedir, lo que está ocurriendo hoy día en esta imbricación que se da entre la vida y la manera de representarla, aunque sea muchas veces en forma de simulacro; *para entender* qué papel está jugando la comunicación de masas en esas formas; y *para tratar de comprender* cómo la política-ese escenario público de la vida que una vez fue-se ha disuelto de tal forma en la comunicación de masas que la concepción ilustrada de la propia política asume una "otra" concepción que no gusta tanto ni a los políticos, ni a los estudiosos, pero que al resto de la sociedad le parece, incluso, "divertida".

Veamos entonces estas notas...

1. Intentaré discurrir acerca de la relación de tres vocablos, que a lo largo de todo este año se irán descubriendo como profundamente interrelacionados: *Comunicación-Democracia-Política*. Pareciera que ya han sido como muy "manoseados" esos términos, pero el masaje que de ellos se ha hecho me da la impresión que es poco optimista frente al papel que están jugando y que pueden jugar los medios ante la *Política* y la *Democracia*.

El tema en cuestión, tal como apuntamos antes, ha sido muy tocado en los últimos años, alguien pensará que ya está desgastado y que no hay más que apuntar, pero sin embargo sigue siendo actual y de vital significación para irlo cargando de nuevas reflexiones que provengan no tanto de la conceptualización y los paradigmas de las diversas disciplinas que lo aborden, sino más bien de cómo se ha llevado a cabo la práctica cotidiana de la relación entre política y medios de comunicación; entre democracia y medios de co-

municación; cómo ha resultado esa simbiosis entre los políticos- como actores primarios que fueron en un tiempo del oficio de la política- y los nuevos actores políticos que ahora representan los medios de comunicación; y cómo la *escena pública* que era la plaza y la calle, tan privilegiadas y queridas por la democracia para su realización y concreción en datos reales, ahora es sustituida por la *escena pública* de los grandes medios y especialmente los radioeléctricos y particularmente por la televisión.

Nuestra visión y comentarios parten más bien de lo que los alemanes llaman "mundos de la experiencia vivida" (J. Habermas). Es decir, desde el tejido social, desde la vida social organizada y desorganizada, desde la "cultura de la intimidad" desdoblada en la "cultura de masas" y la "cultura globalizada". Creo entonces que hablar de *Democracia* en estos tiempos que transitamos, tiene que ver más con una...

"-mayor equidad productiva, entendida como una distribución más justa de opciones para incorporarse productivamente a las nuevas dinámicas de modernización y desarrollo, con sus efectos distributivos en el acceso a bienes y servicios;

"-mayor equidad simbólica, entendida como un orden más equitativo en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos; y

"-una difusión más extendida en el ejercicio igualitario de derechos y reciprocidad efectiva entre sujetos de distintas identidades socioculturales" (Fernando Calderón/Martín Hopenhayn/Ernesto Ottone, 1993).

2. Pero digamos algo más, apuntemos un par de pistas para entender las subsiguientes notas que se desprenden de esta primera. Esta nueva señal tiene que ver con la "gente-hoy" y los parámetros de su dinámica; y la otra seña, toca lo relativo al papel del pensador, del intelectual, del teórico ante las escenas que están irrumpiendo. Podemos sintetizar, aunque sea en for-

Frente a los límites de una democracia restringida y poco participativa, los sectores sociales han encontrado sus propias maneras de expresión pública. Los medios, en algunos casos a pesar de ellos mismos, han sido testigos de esta búsqueda de interlocución, de esta lucha por ser escuchados, por hacer pública una exigencia o una necesidad, por participar de alguna forma en la autoridad distante, o por encontrar en el programa radial o en el buzón de lectores una tribuna para ventilar problemas que no es posible exponer en los espacios institucionalizados".

(Germán Rey.

Los instrumentos de la levedad, 1993)

■ Marcelino Bisbal

Porque no hay más remedio, al menos en estos tiempos. Porque no hay resquicio de la vida actual, por insignificante que ella resulte o lo parezca, que no esté atravesado por lo comunicacional de las grandes industrias culturales. Ya no son solamente los medios de comunicación los que están incidiendo en la vida de lo social y hasta en el proceso de construcción y reconstrucción de subjetividades e intersubjetividades, sino que es todo un tremendo entramado social: masificado, fragmentado y uniforme a la vez, lo que está conformando "nuevas maneras de leer" la vida, inclusive formas inéditas de conformación e intercambio simbólico, que siempre convocarán a la "forma de ser" como proceso,

ma provisional, las características que la dinámica del sujeto está asumiendo en estos precisos instantes. Se trata de presentarlas tal como apuntara M. Maffesoli, “apelando a un conocimiento plural, en el que el análisis disyuntivo, las técnicas de separación y el apriorismo conceptual deben dejar paso a una fenomenología compleja que sepa integrar la participación, la descripción, las narraciones vitales y las distintas manifestaciones de los imaginarios colectivos” (M. Maffesoli en *El Tiempo de las Tribus*, 1990). Desde esa perspectiva, profundamente zubiriana de que “la principal fuente de luz es la realidad”, nosotros notamos que:

- * Hay una metamorfosis de la cultura - en palabras de E. Subirats- que está atravesada por la *mediación mass-mediática*.
- * Las generaciones de jóvenes se encuentran más identificadas por las imágenes de esa *cultura mass-mediática* que por la “cultura de la ilustración”.
- * Los jóvenes se mueven entre los parámetros de la identificación-apropiación de la marca del producto/objeto como elemento cultural. Incluso del mensaje mismo.
- * Los nuevos sujetos, la gente actual está adquiriendo cada día más conciencia del hecho de consumir y del consumo. Hay quienes plantean la necesidad de hablar de “ciudadanos y consumidores”, porque la ciudadanía hoy se está ejecutando en el acto del consumo. En ese sentido, ya no sólo se compra por el hecho de apropiarse del objeto/mercancía (valor de utilidad), sino también por el bien simbólico que se pueda obtener en el acto de la compra. Se establece una interpelación entre el llamado *bien práctico* y el *bien simbólico* en el acto del consumo moderno.
- * Lo que transita por los medios sirve de punto de referencia para lo cotidiano, para eso que llaman “la sociología de lo vivido”.
- * Hay predominancia de la televisión, de lo publicitario, de la música juvenil, de las concentraciones juveniles masivas para escuchar conciertos musicales,... como “*cimiento agregativo*”-según expresión de M. Maffesoli- a las formas culturales propias que tratan de identificarnos como “*identidad nacional*”. Al punto, que esa predominancia hace lo cotidiano de cada grupo.
- * Estamos en presencia de un “*paradigma estético*” diferente, especialmente cuando se trata de reflexionar y de disfrutar lo cultural masivo de los grandes medios.

“

Las generaciones de jóvenes se encuentran más identificadas por las imágenes de esa cultura *mass-mediática* que por la “cultura de la ilustración”.

”

- * La escuela, como aparato educativo, sucumbe ante la predominancia de los medios. Los medios se convierten en el escenario que copa la atención de la gente.
 - * Incluso la política y la acción política sufren transformaciones por la presencia de esta forma dominante de cultura masiva.
 - * Cada vez más los medios convierten a la *realidad* construida en *lo real*. No hay diferenciación.
 - * La comunicación masiva de los grandes medios se dice que transforma el tejido colectivo de la experiencia humana. En otras palabras: tiende a reducir los espacios de participación pública en espacios de experimentación privada.
- Y ahora el otro plano, aquel que tiene que ver con todos nosotros y la manera cómo encaramos la reflexión sobre los *signos de época*.

Nuestras sociedades, quizás modernas en el sentido que algunos estudiosos le han impreso al término, no pueden hoy día escapar de la *mediación cultural* que insertan los grandes medios de comunicación social. En estos momentos, los medios definen un tipo de sociedad distinta, menos jerarquizada y codificada desde el vértice del poder político, pero más caótica también [algunos dirán sociedades más “anomatizadas”, y otros exclamarán que son sociedades “anonimizantes”. Nosotros creemos que no es ni lo uno ni lo otro. Simplemente es la presencia de *signos culturales* totalmente y diametralmente distintos y alejados de los signos culturales de antaño] en donde esos mismos medios como que están jugando un papel cla-

ve. Y *clave* es la palabra para definir a la comunicación masiva como *realidad bisagra* de estos tiempos.

Es la idea de que estos tiempos están caracterizados a través de los medios y la cultura que ellos segregan y que está impregnando hasta el resquicio más pequeño de la vida. Esta sociedad, aún las nuestras, es la sociedad de los medios de comunicación. Esto parece obvio. Pero a la hora de pensar sobre esa afirmación y lo que los medios representan en la disolución y transformación de la vida pública, no lo es tanto. “Nos damos cuenta de muchas cosas pero en realidad no estamos abiertos a ella. Por eso quedamos atrapados en nuestras sospechas sobre la certeza o utilidad de nuestros conocimientos(...) nos preguntamos si los conceptos de que disponemos están o no a la altura de nuestros desafíos actuales, si siguen siendo instrumentos adecuados para habérsela con nuestra realidad de hoy, o si, por el contrario se han convertido en contenidos mentales estancados que nos impiden desarrollar un pensamiento crítico y creador” (Wilfredo González, en *Nuestra situación intelectual y espiritual*, 1995).

Es lo mismo que apuntara Jesús Martín Barbero al decir “que una especial reconfiguración de lo cultural es la que produce el universo audiovisual, y particularmente la televisión, al constituirse en dispositivo radicalizador del desanclaje que produce la modernidad, redefine las jerarquías que normaban la cultura y también sus modalidades, niveles y lenguajes. Con la deslegitimación que ello opera en el campo de los intelectuales: al cuestionar los paradigmas del saber que sustentaba la cultura letrada, y las autoridades en que cristalizaron viejas formas de dominación simbólica, los intelectuales ven tensionada su figura entre el experto académico y el neopopulista del mercado; y descolocada por la del *analista simbólico* que replantea la tarea del investigador social y el intelectual al insertar la *crítica* no en la distancia de los riesgos que conlleva toda intervención en lo social sino en la dinámica que necesita toda sociedad para no anquilosarse”. (Jesús M. Barbero, en *Comunicación fin de siglo: ¿Para dónde va nuestra investigación?*, 1996).

En síntesis, no podemos seguir enfrentando el cambio de época con la sensibilidad y los instrumentos de la cultura de la época que pasa. Hay que desenchufarse de ciertos modelos epistémicos para recrearnos en otros y de seguro habrá que inventar algunos nuevos.

3. Los medios de comunicación irrumpen

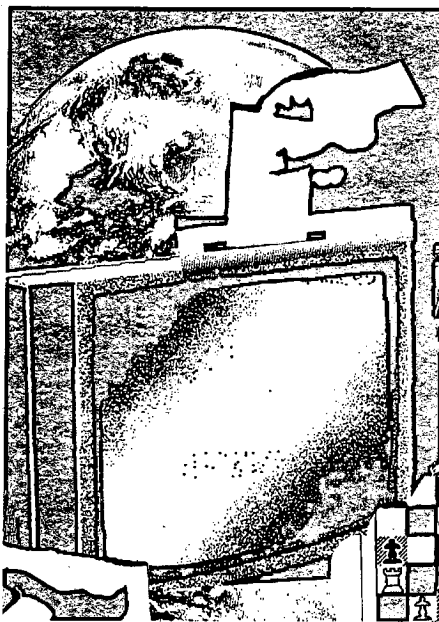
imponiendo "otra mirada" de las cosas. No es gratuito entonces que los gobernantes, las esferas de poder político y los propios políticos sean a veces "fundamentalistas" en sus interpretaciones del fenómeno porque sienten- ¡están sintiendo!- que sus poderes se disuelven y hasta llegan a desaparecer. La sociedad política representada por los "especialistas de la política", se erigen en guardianes de aquello en lo que se sostiene la hegemonía y el resto de la sociedad no hace más que estar al margen.

Pero he aquí, que los medios de comunicación masiva hacen más "transparente" (en el sentido que le diera G. Vattimo) el "juego de la política" y ponen en escena -unas veces bien, otras peor, e inclusive con operaciones de manipulación desde ciertos intereses- aquello que la dramaturgia del político y del poder ocultó por ser un simple acto de representación y no de convicción democrática. "Hoy en día el balance entre poderes y el sufragio universal, pilares tradicionales de la democracia, se recontextualizan en la intensa actividad del dispositivo de construcción de la realidad de los medios de las sociedades masificadas, en la vigilancia de la población mediante encuestas de opinión y en las ingenierías de la imagen y del liderazgo" (Javier Protzel, en *El paradigma del príncipe: el líder, la razón de Estado y los medios electrónicos*, 1994).

Aquí está presente la idea de lo que yo he llamado en otro sitio la confrontación entre la *política ilustrada* y la *política espectacularizada*. Y la tensión entre ambas formas de hacer la política se resume en una cierta nostalgia por algo que fue y ya no lo será más.

4. Aquella vieja y clásica concepción de la *política* y de lo *político*, producto de las corrientes del pensar que se derivaron del llamado Iluminismo o Ilustración (en el sentido de "alumbramiento" o "esclarecimiento") y que se desarrollaron durante el siglo XVIII (siglo de las luces), han sido abandonadas, o pareciera que están de retirada, para dar a la palabra griega *polis* un sentido distinto al que los ilustrados modernizadores le quisieron imprimir.

La *polis griega*, signo primogénito de la ciudad y su espacio de encuentro para dilucidar las ideas de lo político como actividad humana en la que todos los hombres tenemos un quehacer y en la que todos estamos involucrados, dio paso con el tiempo histórico al "senado romano", a "la ciudad medieval", a los "curiales de la



iglesia", a los "humanistas", a "los partidos"... (J.C. García Fajardo, en *Comunicación de Masas y Pensamiento Político*, 1986). Y hoy a los medios masivos de comunicación, a lo mass-mediático, como el espacio público modernizador para la confrontación de las ideas, por lo tanto de lo político y de la política. Y serán estos mismos medios de comunicación los que harán entrar en franca crisis al *quehacer político ilustrado*, para dar paso a un *quehacer político espectacularizado* con nuevos signos de confrontación y de reflexión que hacen que la política y lo político tengan que ser asumidos, sino queremos hacer que ellos desaparezcan de la realidad cultural actual, desde perspectivas/posturas teóricas y prácticas distintas a la que nos acostumbró la idea de modernidad ilustrada.

Queremos plantear, no sin antes dejar de lado una cierta *nostalgia ilustrada*, es que estudiemos la "nueva" manera de hacer y construir la política a partir de los cambios culturales que se han producido desde la primera mitad de este siglo que está por concluir y que tiene a las formas tecnológicas de transmisión como el núcleo generador de esos cambios. Es decir, "en la actualidad, los medios, y en especial la televisión le imprimen a la mediación política características inéditas que la desligan de las tradiciones de la cultura letrada para ingresar en zonas culturales que están ligadas a la imagen, a lo corporal, a los elementos de la vida cotidiana, al humor y al melodrama. La nostalgia por un pasado mitológico donde imperaban el discurso parlamentario, el razonamiento preciso o la coherencia ideológica corren por nuestra cuenta y tienen la edad de nuestros

prejuicios" (Luis Alberto Quevedo, en *Política y Comunicación*, 1992).

Estamos proponiendo un dejar de lado la nostalgia que nos produce el ver como las cosas están siendo profundamente modificadas por unos signos culturales distintos. Esto significa, apuntar lo que dijera Nicolás Casullo para "revertir el encuadre", al decir que hay que "pensar y entender la construcción de lo político, desde lo cultural presente, y en términos de identidad de las resoluciones nacionales" (Nicolás Casullo, en *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*, 1987).

Se trata entonces de reflexionar la política y lo político desde el ámbito que introduce la cultura masiva de los grandes medios, ya que hoy día a través de ellos se está produciendo la nueva socialización política con rasgos de profunda "hibridación" cultural.

5. Los medios rompieron el monopolio del quehacer político, hasta del conocimiento. Los medios han confundido lo público y lo privado, convirtiéndose ellos mismos en la *plaza pública* en donde se dirime hasta lo más insignificante. Y como plaza pública la *centralidad* está en ellos, todos queremos hacernos presentes y los requerimos. Se cambiaron los papeles. Los actores políticos de oficio fueron suplantados por otros actores políticos: los medios de comunicación. Inclusive, estos mismos medios se han convertido en el escenario "ideal" para la construcción y reconstrucción de la vida política, se han desdoblado en "espacios del reconocimiento social". Los medios, pero especialmente la televisión, "le exigen a la política negociar la forma de su mediación: es la condición que le pone a cambio de darle acceso al 'eje de mirada' (E. Verón, 1987) desde el que la política puede penetrar el espacio cotidiano reelaborando su discurso para volverse parte de la corporeidad, la gestualidad y teatralidad del mundo cotidiano, que es donde se juega, tanto como en las distintas instituciones parlamentarias, la transformación de nuestras culturas políticas, y las posibilidades de renovación y profundización de la democracia" (Jesús M. Barbero, 1992).

Hay una *massmediación de la política*. Y frente a ese hecho ningún sentido tiene seguir afirmando que "lo político ha dejado de estar a la altura de los tiempos. La comunicación es una plusvalía de la violencia y de la mediocridad, los medios de difusión expiden el mensaje atrapa-

tontos del día (...) De vivencias cercanas, participativas del hecho político la condición mediática aparta, vuelve lejano, enfría lo que quiere sólo mostrar como cercano (...) Lo político como asunto de vida se traslada a los medios como los sostenedores de la vida del asunto político. Del centralismo del poder difundidos por los medios en una época, aparece la globalización de la atención mediática y la descentralización de la atención pública por el espectáculo de los medios (...) Política más para sentir que reflexionar, más para mirar, ver, que participar si acaso. La historia es vista pasar desde el salón de casa gracias a la presencia catódica del extranjero tragaluz. Los simples mortales hemos perdido la gracia y desgracia de nuestra historia y de la participación y entusiasmo social en hacer la historia" (David De los Reyes, en *Donde se trata de comunicación, medios de difusión y política*, 1996).

El pintor y gestor cultural Manuel Espinoza reflexiona lo anterior, expresando la idea al decir que debemos marchar en la búsqueda de una "cultura de la complejidad". Y se pregunta y afirma al mismo tiempo: "¿Se ha empobrecido nuestra mirada? / ¿Se ha pervertido la emoción? / ¿Se podría hablar de una aberración patológica del conocer? / ¿Se nos oscurece el mundo o nos estamos volviendo ciegos? / El espejo no sólo se ha roto sino que también se ha diluido. El mundo hoy es más complejo porque el



“No habrá que empezar a pensar de ‘otra manera’ o saber de ‘otro modo’ la política y lo político en relación con los medios masivos industriales, es decir, con lo massmediático”.

conocimiento mismo de lo real, por la vía de su parcelamiento (no hemos tenido otra vía) nos ha conducido a una constatación: la complejidad. Por eso, *para comprender más y mejor es necesario una profunda reforma del pensar, refundar el conocer y conocerlo mejor.* / Se ha empobrecido nuestra mirada por la vía de su mutilación. / Se ha pervertido la emoción por la vía del aislamiento. / Se ha enfermado el conocer por la vía de su parcelamiento. / Se oscurece el mundo y abdica el futuro porque se nos apaga la luz interior, la luz de la mente. / Nos encontramos ante un dilema. Por lo efectos de la revolución tecno-científica se están produciendo espectaculares transformaciones que afectan profundamente nuestras vidas, nuestro entorno físico inmediato y nuestro ambiente cultural, saturado de información transmitida por los cada vez más sofisticados recursos tecnológicos de la comunicación" (cursivas nuestras) (Manuel Espinoza, en *El artista y la cultura de la complejidad*, 1995).

El propio Espinoza dirá con claridad que para alcanzar esa cultura de la complejidad "es indispensable un comportamiento creativo. En épocas de alta complejidad como la nuestra, para adaptarse y sobrevivir se requiere mayor creatividad, para producir nuevos aportes teóricos y prácticos que nos permitan diseñar nuevos marcos de referencia". Es la misma idea que se expresa en la siguiente cita de Edgar Morin de sus reflexiones *Para salir del siglo XX*: "Saber ver requiere saber pensar lo que se ve. Saber ver implica, pues, saber pensar, como saber pen-

sar implica saber ver. Saber pensar no es solamente aplicar la lógica y la verificación a los datos de la experiencia. Esto supone también saber organizar los datos de la experiencia. *Tenemos, pues, que comprender qué reglas, qué principios ordenan el pensamiento que nos hace organizar lo real, es decir, seleccionar/privilegiar ciertos datos, eliminar/subalternizar otros.* Tenemos que adivinar a qué oscuras pulsiones, a qué necesidades de nuestro ser, a qué idiosincrasia de nuestro espíritu obedece o responde lo que tenemos por verdad. Esta es la exigencia reflexiva fundamental que no es solamente la del filósofo profesional, que no debería extenderse sólo al hombre de ciencia, sino que debe ser la de cada uno de nosotros" (cursivas nuestras).

6. Una última nota. Ante todo lo expresado creemos que se plantea una especie de menú que nos obligue a pensar seriamente, sin prejuicios ni categorías preestablecidas, las cosas que estamos viendo y viviendo a la vez. Se trata de no repetir "una mala traducción" de la relación, hoy cada vez más necesaria e inevitable por la fuerza de la misma realidad, entre massmediación y política.

Ya en otra parte (Marcelino Bisbal, en *Política y Democracia en tiempos de espectáculo massmediático*, 1995) hacia algunas alusiones a una "tarea pendiente". Decíamos allí que:

"-Quisiera, en primer lugar, comenzar la presentación de este texto (*Política y Democracia en tiempos de espectáculo massmediático*) a partir de lo que afirmamos al final del mismo. Es decir: "¿No habrá que empezar a pensar de 'otra manera' o saber de 'otro modo' la política y lo político en relación con los medios masivos industriales, es decir, con lo massmediático?"

-¿Y por qué de otro modo, o saber de otra manera? En ese sentido, y a partir de esa interrogante es que iniciamos el texto de nuestra conversación con dos epígrafes que tratan de dar la idea de por dónde nos movemos en nuestras reflexiones e interpretaciones de la relación medios masivos de comunicación y política.

-*El primer epígrafe* corresponde al psicólogo social (colombiano) Germán Rey. Y dice: "Frente a una cultura urbana que toma la forma de procesos móviles, uniendo simbologías disímiles, confrontando sistemas axiológicos, condensando imaginarios y percepciones, están los medios masivos de comunicación. Como agentes socializadores *no cesan de hacer*

propuestas aunque probablemente su poder esté en contribuir a la generación de pautas de lectura, de formas y maneras de ver e interpretar. De esta manera se unen a los instrumentos que en nuestros días conforman nuevas hermenéuticas" (cursivas nuestras).

-El segundo epígrafe, del comunicólogo peruano Javier Protzel, nos afirma: "No obstante, ese olor de multitudes es indisociable del modo en que las masas construyen lo real a través de los medios de comunicación; el campo de mirada de las ciencias políticas debe extenderse al estudio de la cultura de masas para asir lo permanente y lo cambiante en una dimensión más amplia" (cursivas nuestras).

-Desde ahí entonces, la ponencia trata de dar respuesta a todo un conjunto de interrogantes que son las que sirvieron de inspiración y origen de la misma. Ese cuerpo de preguntas se formularon en un Seminario que organizara la Universidad Nacional de Córdoba hace ya unos años (1991) y que fueron recogidas en un excelente texto de muy escasa circulación: *Política y Comunicación* (Catálogos Editora. Buenos Aires, 1992):

-¿Cuál es la relación entre política, modernidad y cultura ilustrada?

-¿Existe una política que se corresponda a lo llamado postmoderno?

-¿La espectacularización de la política, desprendimiento de la cultura mediática, es parte del espacio postmoderno?

-¿Cuál es la relación entre cultura mediática y las teorías sobre el "fin de las ideologías" y el "fin de la política"?

-¿Las teorías sobre "efectos" de los medios siguen vigentes después de la consolidación de la cultura mediática?

-¿Cuál era y cómo era la relación entre Política y Medios en la cultura premediática?

-¿Los periodistas, como formadores de opinión, reemplazan a los políticos, o unos y otros son parte de la lógica mediática?

-¿Cómo se piensan a sí mismos los políticos ante el reemplazo del espacio público por el "ágora" electrónica?

-¿Qué relación existe entre la "despolitización", característica de las actuales sociedades y la cultura mediática?

-¿Qué incidencia tiene la cultura mediática en el "fin de las clientelas políticas fijas", la "infidelidad" a los partidos y la aparición de eso que llaman "indecisos"?

-¿Qué significa para la política la simbiosis entre marketing comercial y marketing político?"

Se trataría en síntesis, de conocer la nueva cultura política que ha emergido

“

Es necesario, hoy más que nunca, entender como los medios nos reflejan y cómo nos reflejamos en los medios y cómo los medios se convierten en tejido político.

Cada día es más importante una educación para los medios, así como una educación para la democracia.

”

desde los medios de comunicación y su cultura de masas. "Esa (cultura) que exige pensar los modos en que los medios entran no a sustituir sino a constituir, a formar parte de la trama tanto del discurso como de la acción política, pues densifican las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política, y hacen parte de las nuevas formas del reconocimiento y la interpelación de los sujetos y los actores sociales" (Jesús Martín Barbero, en *Comunicación fin de siglo: ¿Para dónde va nuestra investigación?*, 1996).

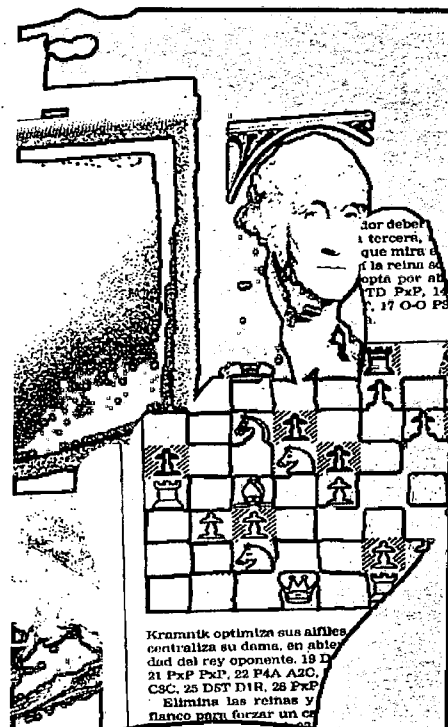
Pero habiendo intentado ser esta una lectura, creo que un poco distinta a la que quizás estemos acostumbrados, no está de más indicar un par de notas (otras más) acerca de los medios y cómo ellos están hoy día jugando en el campo o en el tablero de la relación entre *Comunicación-Democracia y Política*. Así que...

-En primer lugar, los medios han centrado el debate de la democracia y la ausencia de ella solamente en la sociedad política como responsable de esa ausencia, y a veces de forma contradictoria e inclusive paradójica. Pero los medios no han sido capaces de hacerlo para sí mismos. Ellos representan la contradicción de lo que critican en los otros. Se han acostumbrado demasiado a ver la "paja en ojo ajeno", pero de ninguna manera en el ojo propio.

Igual ha hecho con temas tan cruciales y representativos de una idea plural de democracia como son los de "libertad de expresión", "derecho a la comunicación", "participación cultural", "derecho a rectificación", "derecho a réplica", "democratización cultural",...

-Por otra parte, los medios han "transparentado" la disolución de la política y el sentido de la vida "como una entidad unitaria". Han sido los protagonistas de "la disolución de los puntos de vista centrales", pero por otro lado, ellos a su interior en lo que concierne a los contenidos y la manera de establecer la "agenda" de sentido informativo, han actuado imponiendo "visiones únicas", unidireccionales y monopólicas de la vida y su problemática, de la democracia y sus formas de representarlas.

Y para terminar con estas notas, tenemos que aprender a convivir con los medios, pero no desde una visión "mediocéntrica". Mucho menos con consideraciones maniqueas frente a ellos, tanto en relación con la política y la democracia, como en otros campos de quehacer humano y sus expresiones, porque simplemente no nos conducen a dar salidas claras. Es necesario, hoy más que nunca, entender cómo los medios nos reflejan y cómo nos reflejamos en los medios, cómo la política es interpelada en los medios y cómo los medios se convierten en tejido político. Cada día es más importante una educación para los medios, así como una educación para la democracia □



Kramnik optimiza sus alfiles, centraliza su dama, en abilidad del rey oponente. 19 D 21 P x P P x P, 22 P4A A2C, C3C, 25 D5T D1R, 26 P x P. Elimina las veinas y gana para forzar un ca