

# Revista Foro

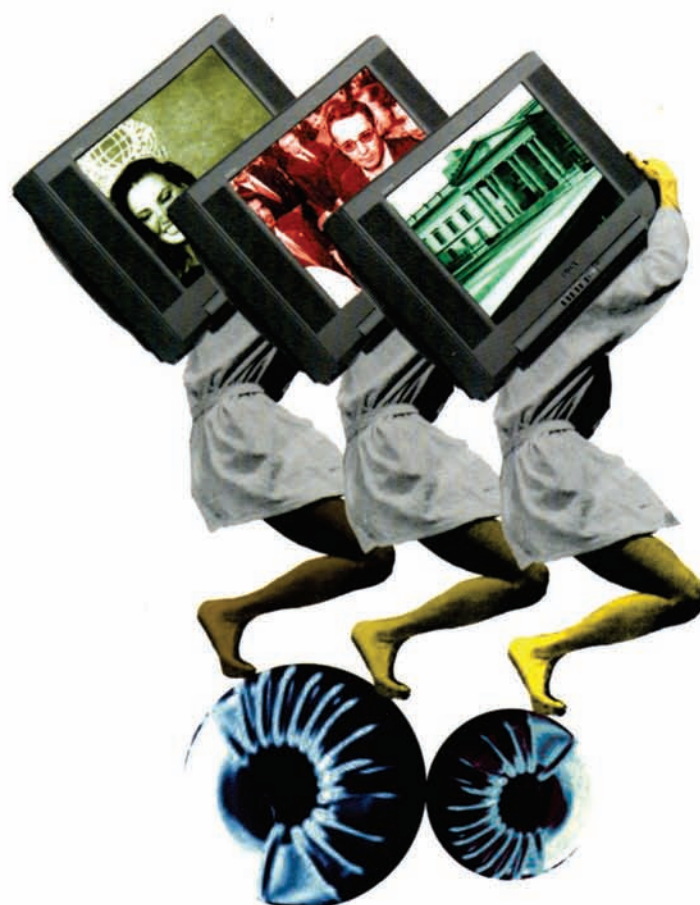
Bogotá, D. C. - Colombia

No. 45

Septiembre de 2002

Valor \$10.000

## Comunicación, opinión pública y cultura política



ISSN 0121-2559



00045



9 770121 255009



Ediciones Foro Nacional por Colombia



Revista Trimestral de la  
Fundación Foro Nacional por Colombia  
No. 45      \$ 10.000      Septiembre 2002

**Director:**

Pedro Santana Rodríguez

**Editor:**

Hernán Suárez

**Comité Editorial:**

Eduardo Pizarro Leongómez  
Orlando Fals Borda  
Ricardo García Duarte  
Alejandro Angulo S.J.  
María Eugenia Sánchez  
Esperanza González Rodríguez  
Jorge Bernal Medina

**Colaboradores Internacionales:**

Eduardo Galeano (Uruguay), Hilda Herzen,  
Edison Núñez (Brasil), Alfredo Rodríguez,  
Alex Rosenfelt (Chile), Gustavo Riofrio,  
Rossana Reguillo (México), Federico  
Arnillas (Perú), Fernando Carrión, Jorge  
García (Ecuador), John Turner (Inglaterra),  
David Slater (Londres), Juan Díaz A.  
(Francia), Carlos Jiménez (España), Candido  
Grybowski (Brasil), Carlos Guerra Rodríguez  
(España).

**Asamblea de Socios:**

Humberto Arboleda, Francisco Mejía, Eduar-  
do Pizarro, Pedro Santana, Fabio Velásquez,  
Enrique Vera Díaz, Díaz, Esperanza González,  
Aura Hernández, Lucía Roca.

**Carátula**

Mauricio Suárez Acosta

**Ilustraciones**

Mauricio Suárez Acosta

**Corrección**

Julio Mateus

**Impresión**

Panamericana Formas e Impresos S.A.  
Quien sólo actúa como impresor.

**Distribución y suscripciones**

Cra. 4A No. 27-62  
Teléfonos: 283 8548 - 282 2550  
Fax: 286 1299  
Apartado Aéreo 10141  
foro@epm.net.co  
Bogotá D.C. - Colombia

Licencia: No. 3886 del Ministerio de Gobierno

# Contenido

## Editorial

- 1 La Corte Penal Internacional y la doble moral del imperio

## Coyuntura Política

- 5 Colombia en la encrucijada *Pedro Santana R.*

## Comunicación, opinión pública y cultura política

- 13 Des-figuraciones de la política  
y nuevas figuras de lo público *Jesús Martín-Barbero*

- 27 La construcción comunicativa  
del espacio público *Jorge Benedicto*

- 38 La *televisación* de la política  
(Uribe: ¿una producción de la realidad  
o una historia de ficción?) *Omar Rincón*

- 50 Medios y elecciones:  
La fabricación del consenso *Ana María Miralles C.*

- 62 Opinión, información y ficción  
en los medios colombianos *Fabio López de la Roche*

- 73 La relación entre  
ciudadanía y comunicación *Rossana Reguillo*

## Democracia Local

- 83 Participación Ciudadana:  
una cuestión política *Jordi Borja*

Esta revista es miembro de la  
Asociación de Revistas Culturales Colombianas



## Editorial

# La Corte Penal Internacional y la doble moral del imperio

**D**urante decenas de años sectores progresistas de la humanidad que luchan por la defensa de los derechos humanos y contra la impunidad mantuvieron en alto la reivindicación de crear un Tribunal Internacional que juzgara a los autores de delitos contra la humanidad. En 1989, tras la finalización de la guerra fría, Trinidad y Tobago propuso nuevamente a la Asamblea General de Naciones Unidas la idea de la corte a raíz de lo cual el Asamblea encargó a la Comisión de Derecho Internacional la preparación del proyecto de estatuto de la Corte. En 1994, la Comisión de Derecho Internacional sometió a la Asamblea General un primer proyecto. En 1995, la Asamblea General creó el Comité Preparatorio para completar el texto. Una vez aprobado un texto preliminar se convocó a la Conferencia diplomática de plenipotenciarios para 1998.

Esta Conferencia Diplomática se realizó del 15 al 17 de junio de 1998 en la ciudad de Roma, con la asistencia de 161 delegados de Estados y la participación de organizaciones no gubernamentales de todo el mundo. En dicha conferencia se aprobó el estatuto de la Corte Penal Internacional y se inició el proceso de ratificación. Actualmente 79 Estados han ratificado el estatuto de la Corte y son su Asamblea General, la cual se reunió por primera vez a comienzos del mes de septiembre en New York, en la sede de Naciones Unidas. Desde siempre los Estados Unidos se han opuesto a la existencia de la Corte. La han visto como un Tribunal que puede llegar a juzgar a sus ciudadanos por crímenes, a los cuales fácilmente se han asociado en diversas partes del mundo para defender sus intereses. Léase invasión de Panamá, Trinidad y Tobago, República Dominicana y más recientemente Afganistán, etc. En el último mes de su mandato, William Clinton adhirió a la Corte Penal Internacional, pero en los primeros meses de su gobierno George Bush, retiró esta adhesión. Desde entonces ha declarado una guerra contra la Corte y contra los países que han ratificado su adhesión. El imperio quiere imponer, por la vía de la fuerza, la impunidad para los actos y las acciones que promueven en el mundo. Ven por tanto un peligro en la Corte, porque tarde o tempra-





no ella llevará a su tribunal a alguno o algunos de los norteamericanos que sean responsables de uno de los cuatro delitos para los cuales tiene competencia la Corte Penal Internacional.

Hay que aclarar que la Corte es un mecanismo subsidiario de justicia penal universal. Cuando se dice subsidiario se quiere decir que la Corte sólo actuará cuando los tribunales penales del país no hayan funcionado, es decir, sólo intervendrá cuando los delitos vayan camino a la impunidad. Y sólo lo hará para determinar la responsabilidad penal individual de las personas que hayan cometido los crímenes de genocidio, de lesa humanidad, de guerra y de agresión.

Colombia adhirió y posteriormente ratificó su pertenencia al Tribunal Penal Internacional. Para ello tuvo que adicionar mediante acto legislativo esta Corte al Ordenamiento Constitucional interno. El proyecto tuvo origen parlamentario y contó con muy poca participación del gobierno de Pastrana. Cuando la reforma constitucional fue aprobada y solo entonces, el presidente Pastrana mostró interés y presentó un proyecto de ley para ratificar la adhesión de Colombia al Tribunal. Esta ley fue aprobada por el Congreso sin ninguna salvedad. Dos días antes de terminar su período, Pastrana, sancionó la ley y se notificó a través del embajador Alfonso Valdivieso sobre la ratificación de Colombia. ¡¡¡ Y ahí comenzó Troya!!!

**P**astrana consultó con Uribe y éste planteó que al momento de ratificar se hiciera una salvedad : que los delitos relacionados con crímenes de guerra fueran excluidos del Tribunal Penal Internacional, por un lapso de siete años, lo cual es permitido por el artículo 124 del Estatuto. Alegó el gobierno entrante que “esa salvedad se hizo para enviar un gesto a los actores del conflicto armado de que este gobierno está en disposición de negociar” y por lo demás, Luis Carlos Restrepo, argumentó sin ningún rubor que “no quiere decir que se extienda un manto de impunidad sobre los crímenes de guerra que se cometen en Colombia, ya que esos delitos quedan cobijados por la legislación interna”. Medio inocente el Comisionado de Paz cuándo él mismo sabe que la impunidad en los delitos y graves crímenes por violación de los derechos humanos, perpetrados por todos los actores del conflicto, está por encima del 90%. Justamente, el valor para Colombia del Tribunal Penal Internacional era precisamente el poner un dique de contención a todos los actores del conflicto para que cesen en su violación de los derechos humanos de la población civil. Pero con una interpretación torticera éste gobierno y el anterior, consideraron que hay que prolongar la impunidad para crímenes de guerra durante los próximos siete años. No es cierto que la vigencia plena del Tribunal Penal Internacional sea incompatible con la negociación del conflicto armado y con el uso de mecanismos como el indulto o las amnistías necesarias para avanzar en el proceso de reconciliación nacional , como lo expresó muy lúcidamente la Corte Consti-





tucional. Este proceso puede hacerse siempre y cuando se aclaren las responsabilidades de los actores armados del conflicto y sobre ésta base se puedan utilizar mecanismos como amnistías o indultos.

Con la salvedad hecha se limita el funcionamiento del Tribunal, se le resta poder, aunque continúa teniendo un gran poder, puesto que podrá conocer de los crímenes de lesa humanidad y los delitos de genocidio. Aunque limitado, no sea crea que el Tribunal no tiene dientes, y muy seguramente y dados los niveles de impunidad, este pronto solicitará a criminales de lesa humanidad que han actuado en la completa impunidad en Colombia, para que respondan por sus crímenes ante el Tribunal.

**E**l Tribunal tiene en Estados Unidos otro enemigo poderoso. Conociendo la ratificación hecha por Colombia inmediatamente el Departamento de Estado notificó a Colombia que la “generosa ayuda” del Plan Colombia, podría no llegar, por cuanto se requiere un acuerdo bilateral con Estados Unidos para que no se someta a la jurisdicción de la Corte Penal Internacional, CPI, a funcionarios civiles y militares estadounidenses que se encuentren en Colombia. Es decir, Estados Unidos quiere impunidad total para sus asesores militares, más de quinientos que actúan como Pedro por su casa en Colombia. Este es otro golpe artero contra el Tribunal. El gobierno colombiano de manera desvergonzada no se ha pronunciado hasta ahora, aunque muy seguramente buscará cualquier subterfugio para proteger a los soldados del imperio por sus felonías en nuestra tierra. Ya el embajador, Luis Alberto Moreno, preparando el terreno para el sí del gobierno de Uribe, ha dicho que hay un tratado del año de 1962 que protege a los ciudadanos norteamericanos en Colombia.

No creemos que este gobierno tenga la dignidad nacional y una muestra de independencia para rechazar la solicitud norteamericana, que muestra nuevamente la doble moral del imperio para encubrir sus crímenes y para imponer sus intereses.

Después de los atentados del 11 de septiembre un editorial del *New York Times* se preguntaba ¿Porqué nos odian tanto? Aquí esta parte de la respuesta. Porque el imperio quiere actuar con impunidad en todo el planeta. Amanecerá y veremos finalmente cuál será la respuesta del gobierno de Uribe Vélez..





# **Fundación Foro Nacional por Colombia 1982-2002**

*20 años* contribuyendo a la construcción de democracia en Colombia.

*20 años* trabajando por el fortalecimiento de la sociedad civil.

*20 años* comprometidos con la promoción y la defensa de los derechos humanos y la convivencia.

*20 años* aportando a la transformación democrática de la gestión pública.

*20 años* laborando por la equidad y la justicia social.

*20 años* sembrando semillas de paz y democracia.

La Fundación Foro Nacional por Colombia quiere felicitar a la Corporación Casa de la Mujer (Bogotá), a la Escuela Nacional Sindical y al Instituto Popular de Capacitación -IPC- (Medellín) por la celebración de sus 20 años de trabajo en acciones encaminadas a la construcción de una sociedad más equitativa, justa y democrática.

Celebramos el hecho de sentirnos acompañados por otras instituciones que creen en una Colombia mejor.



Pedro Santana Rodríguez  
presidente Corporación Viva la Ciudadanía  
Director Revista Foro

# Colombia en la encrucijada

Pedro Santana Rodríguez



Dos ideas simplemente expresadas, con muy escaso desarrollo, orden y autoridad, sirvieron para dirimir el debate electoral que tenía como propósito la elección del nuevo presidente de los colombianos, quien registrará sus destinos entre agosto de 2002 y agosto de 2006. Estas dos ideas reflejan de alguna manera la cruda realidad del país en la cual la mayoría de la población se muestra profundamente haziada con la guerra y quiere un mínimo de orden, así sea respaldando salidas efectistas de alguien que, como el presidente, Álvaro Uribe Vélez, estaba ahí para ofrecerlas, así él mismo supiera que los problemas de Colombia son mucho más de fondo.

Lo que estas ideas expresan, de manera genérica, por supuesto, es que los colombianos se hartaron de la guerra. Los desmanes de guerrilleros y paramilitares, un proceso de paz fra-

casado, sin resultados, son algunos de los elementos que atizaron esa incredulidad de los colombianos con relación a una salida política negociada a la crisis. Y los colombianos votaron así porque son débiles los elementos de una cultura política colectiva que nos lleve a comprender, por lo menos en la capa de ciudadanos medios, cuáles son los reales problemas que dieron origen a la violencia política que amenaza con la propia existencia de nuestro país y cuáles serían los reales instrumentos para salir de la encrucijada en que nos encontramos, desde hace unas cinco décadas. Por ejemplo, en Colombia siguen siendo claves para explicar nuestro conflicto, la inexistencia de políticas de reforma agraria y urbana, que limitando el poder de los terratenientes rurales y urbanos, ponga al sector público del lado de los campesinos sin tierra y de los pobres urbanos, no

sólo para relegitimar el Estado sino para resolver problemas básicos alimentarios y viviendas dignas por fuera de los cinturones riesgosos que amenazan diariamente la vida de los pobres. Esta es una realidad de a puño que requiere voluntad y decisión política. Como también la requiere poner a pagar impuestos a los grandes conglomerados económicos y financieros, limitar su poder sobre los medios de comunicación (en Colombia cinco grupos dominan el 82% del total de los medios de comunicación), y en general realizar un conjunto de reformas económicas y sociales que están en la base de la conflagración armada que se extiende por el conjunto del país.

Sin embargo y contra estos diagnósticos que dominan en la academia, pero que no aparecen en los medios de comunicación, el mensaje ganador



en las elecciones fue el de mano dura frente a los actores armados, pero, principalmente en contra de las guerrillas, cada vez más desprestigiadas por el abuso en materia de derechos humanos y por las reiteradas violaciones a los derechos políticos y democráticos de la población civil. Autoridad para conseguir un orden y una seguridad para los colombianos; un millón de civiles enrolados como informantes de las Fuerzas Armadas gubernamentales en contra de los “terroristas”; leyes fuertes aun a costa de las libertades civiles y políticas; revocatoria del Congreso en manos de los “politiqueros” y sacrificios económicos y sociales para dedicar mayores recursos para la guerra.

Todo ello se afirmó y se propuso por el candidato ganador y hoy presidente, en medio de la campaña presidencial y en un país en el cual el 64% del total de su población se encuentra en situación de pobreza, es decir, 25.6 millones de colombianos, de los cuales unos nueve millones se encuentran en situación de miseria. En un país en el cual el total de la deuda interna y externa, significa el 61% de su Producto Interno Bruto anual, unos 50.000 millones de dólares. En Colombia el desempleo abierto está por encima del 18% de su Población Económicamente Activa y un 32% restante vive del rebusque, en oficios inventados en las actividades informales de la economía. El 82% del total de los habitantes que viven en el campo, se encuentran en situación de pobreza.

Colombia es un país con una de las tasas de concentración de la propiedad y de la renta más inequitativas en el planeta. Según los datos del Banco Mundial, en el año 2001 ocupaba el tercer lugar en la región latinoamericana superado sólo por México y Brasil. Antes, en 1998, ocupábamos el primer lugar con una tasa de concentración del 68%, ahora

caímos al tercer lugar pero no porque haya disminuido la tasa de concentración como producto de la redistribución sino por la pérdida de riqueza como resultado de la aguda crisis económica.

En Colombia, además, se ha resquebrajado el principio del monopolio en el uso de las armas dado que tres ejércitos se disputan y dominan partes importantes de su territorio. Unas guerrillas que disponen de unos 30.000 hombres en armas y de recursos abundantes provenientes del impuesto que cobran a cultivadores y a laboratorios procesadores de sustancias psicoactivas y al rescate que cobran por miles de secuestros que ejecutan cada año. A su lado y también muy bien equipadas y financiadas por el narcotráfico se encuentran las fuerzas paramilitares que asesinan civiles a quienes ellos vinculan, las más de las veces de manera arbitraria, con redes de apoyo a las guerrillas. Actúan en la impunidad total y a veces cuentan con la colaboración de miembros de las Fuerzas Armadas gubernamentales. Estas cuentan con un ejército de cerca de 60 mil hombres y con unas fuerzas de policía militarizadas con unos 100.000 efectivos para cubrir un territorio de más de un millón trescientos mil kilómetros cuadrados. En muchas regiones del país cada uno de estos tres actores mantiene un dominio territorial y un control no sólo represivo sino económico sobre los diversos sectores sociales.

En medio de esta compleja problemática un candidato, Uribe Vélez, planteó en campaña que lo que había que hacer, como tema prioritario, era construir un orden recurriendo a la fuerza del Estado, a sus Fuerzas Armadas. Cuando no se había reventado el proceso de negociación, este candidato afirmaba con toda tranquilidad, que el día 8 de agosto entraría con las tropas gubernamentales al Cagúan, es decir, que daría por ter-

minado el proceso de negociación del Estado colombiano con las guerrillas de las FARC. Es verdad que el discurso tan agresivo en un comienzo se fue moderando en la medida en que el hoy presidente se iba afirmando en el primer lugar de las encuestas y al contar con el apoyo de los medios masivos de comunicación y los grandes conglomerados económicos y financieros; los grandes debates sobre lo que pensaba el candidato y hoy presidente sobre este, como sobre otros temas de la agenda nacional, nunca se conoció.

El candidato Uribe ganó con el 53% del total de los votos en la primera vuelta y en medio de una abstención electoral del 54%. Pese a todas las apreciaciones de esos mismos medios que hablan de una aplastante victoria, esta hay que reducirla a sus justas proporciones. Uribe logró un importante resultado electoral que le permitió ganar en primera vuelta, la primera vez que sucede en las últimas tres elecciones presidenciales, o lo que es lo mismo, desde que se estableció el sistema de la doble vuelta en la Constitución de 1991. Sacó menos votos que Pastrana en las elecciones de 1998 y la abstención fue mayor que la registrada en la primera vuelta de dicho año. Quizás por ello o consciente de esta realidad, el presidente electo lo primero que declaró es que recurriría a la medicación internacional de la Organización de Naciones Unidas para intentar un nuevo proceso con las guerrillas y estas habían expresado que estarían dispuestas a “negociar” con quien ganara en las elecciones. Cada uno endurece su posición, Uribe que exige cese de hostilidades y acuerdo humanitario y las FARC que piden de entrada el despeje ya no de cinco municipios sino de dos departamentos, Putumayo y Caquetá, para volverse a sentar a la mesa.



## La escalada del conflicto armado

Nos encontramos ahora en frente de una escalada en la confrontación militar entre el gobierno y las guerrillas. El momento actual es de un pulso en el terreno militar. Los buenos oficios de las Naciones Unidas y las propias FARC han señalado que para salir de la situación actual se requiere de una voluntad expresa del gobierno, quien debe convocarlos a un diálogo directo. Por su parte el gobierno ha anunciado que cualquier diálogo debe ser antecedido de una declaratoria de cese de hostilidades y de un acuerdo humanitario. Entre tanto el ejecutivo ha hecho uso de los criticados estados de excepción, hasta ahora, con un decreto que busca el fortalecimiento de las finanzas para fortalecer el aparato militar. A través del decreto el gobierno busca recaudar cerca de 3.2 billones de pesos para la guerra. Sobre ello tendrá que pronunciarse una Corte Constitucional vilipendiada y amenazada por el gobierno. El proyecto de mano dura y de recorte de las libertades civiles está en marcha bajo el lema de "seguridad democrática".

En el frente de la guerra y del proyecto de mano dura se ha pasado de los enunciados a la acción. Sucintamente podríamos destacar algunos de los elementos centrales del modelo que vienen siendo trabajados por el ejecutivo: en primer término un fortalecimiento económico para aumentar el pie de fuerza y para equipar con material de guerra a las Fuerzas Armadas. Por lo pronto el decreto que busca gravar a los ciudadanos con un patrimonio líquido superior a 168.5 millones. Según los datos de la propia División de Impuestos Nacionales el total de contribuyentes gravados será de aproximadamente 420.000 ciudadanos, que pertenecen en su mayoría



Un tercer elemento de la estrategia de guerra está relacionado con la conformación de la red del millón de ciudadanos informantes. La vinculación de los ciudadanos a estas labores los involucrará necesariamente en el conflicto. Los antecedentes de las Convivir en Antioquia son nefastos y sus resultados, lejos de los logros proclamados por el entonces gobernador, fueron la profundización y extensión del conflicto armado en ese departamento.

a sectores de la clase media alta. El gobierno de Uribe, mezcla de tecnocracia con autoritarismo, representa un proyecto que busca la protección de los grandes intereses económicos descargando el financiamiento de la confrontación en las capas medias sin gravar a los grandes capitales. Una guerra que busca la derrota de las guerrillas sin que por otro lado se asuma las reformas democráticas ni urbana ni agraria.

En segundo lugar, el gobierno ha anunciado una legislación para la guerra. Muchos de los funcionarios del alto gobierno han señalado que se requiere una limitación de las libertades civiles y políticas consagradas en la Constitución Nacional. Entre estas limitaciones se encuentra el de otorgar al gobierno atribuciones para decretar sin ningún control los estados de excepción, interceptar comunicaciones, funciones de policía judicial a las Fuerzas Armadas, allanamientos

sin orden judicial previa, detención preventiva sin orden judicial, código de regulación para los medios de comunicación en relación con los hechos relacionados con las acciones de las guerrillas y los paramilitares, registro obligatorio de residencia, etc. Obviamente que para poner en marcha algunas de estas medidas y disposiciones se requieren cambios constitucionales y legales. En el orden constitucional se requieren reformas que limiten los poderes de la Corte Constitucional y que amplíen los poderes discrecionales en manos del ejecutivo.

El gobierno discute ahora en primer término los nuevos decretos de la Conmoción Interior que tiene serias limitaciones tanto en la Constitución como en la ley. La presión indebida que se ejerce contra la Corte busca socavar la división de poderes y en concreto limitar el control constitucional material que la Corte ha ejercido sobre los actos del ejecutivo



cuando este último ha acudido a decretar la Conmoción Interior. Y en un segundo nivel el ejecutivo anuncia la presentación de una serie de reformas que buscan limitar los alcances democráticos de la Constitución de 1991.

Nuestra discusión no debería dirigirse a la consideración abstracta de si es legítima y democrática la figura de los estados de excepción y su uso. Nosotros pensamos que en defensa de la democracia el Estado puede evidentemente hacer uso de esta figura. La discusión es sobre la orientación y el contenido de las políticas públicas con respecto a las libertades civiles y políticas. Nuestro desacuerdo con el proyecto autoritario de limitación de las libertades y los derechos democráticos nace de una comprensión totalmente distinta en el terreno de la seguridad democrática y de la labor de los organismos de inteligencia. Como lo señalaron en su momento los investigadores de los talleres del Milenio creemos que la seguridad democrática será el resultado de un conjunto de políticas sociales, económicas, judiciales, y por supuesto, militares, de policía y de inteligencia, que redunden en un orden en el cual los ciudadanos colombianos puedan efectivamente disfrutar de unas mínimas condiciones de vida dignas. “El país debe transitar al desarrollo de un concepto de seguridad democrática en el carácter estricto de **bien público fundamental**, que trascienda la conceptualización de seguridad entendida exclusivamente como defensa y seguridad. La seguridad democrática no se basa esencialmente en la aplicación de la capacidad de coacción, de la intimidación o de la penalización por parte del Estado sobre el resto de la sociedad, sino que se fundamenta cada vez más en el perfeccionamiento de una cultura de convivencia ciudadana en términos de tolerancia, solidaridad, respeto a las diferencias, y en un ámbito crecientemente

igualitario en el que prevalezcan criterios, postulados y principios básicos de justicia distributiva”.<sup>1</sup> Precisamente nuestro desacuerdo con el gobierno de Uribe y Londoño nace de que su concepción de la seguridad está íntimamente relacionada con el uso de la fuerza y la limitación de las libertades y en términos aún más extremos, en la consideración de la primacía de la seguridad de las instituciones por sobre los derechos de los ciudadanos.

Un tercer elemento de la estrategia de guerra está relacionado con la conformación de la red del millón de ciudadanos informantes. La vinculación de los ciudadanos a estas labores los involucrará necesariamente en el conflicto. Los antecedentes de las Convivir en Antioquia son nefastos y sus resultados, lejos de los logros y triunfos proclamados por el entonces gobernador, fueron la profundización y extensión del conflicto armado con un grave deterioro de las libertades civiles y el incremento de la crisis humanitaria que aun vive ese departamento. Una red de un millón de ciudadanos pagados con recursos públicos para que informen: ¿quién procesará toda esa información? ¿Quién controlará a esos cuasi-empleados públicos? ¿Quién o quienes evaluarán esta información para diferenciar entre el chisme y la conseja y sobre información relevante sobre los grupos irregulares? Esta vía tiene la enorme dificultad de desestructurar a la fuerza pública del Estado con la enorme limitación de control sobre la calidad de la información que suministran esas redes. En diversos países en que esas redes se han implementado, ellas han terminado por involucrar a ciudadanos inermes de quienes se “sospecha”, sin que en la realidad existan pruebas de su vinculación con grupos ilegales. Lo propio puede decirse de los soldados campesinos vinculados de día a las labores militares y de noche liberados a la vida civil. Soldados de

medio tiempo, en medio de una agudización del conflicto. Carne de cañón para atizar la confrontación.

Algunos analistas se han atrevido a señalar que con el triunfo de Uribe marchamos ahora sí a una guerra civil en la cual del lado del proyecto del presidente se alinderan los grandes conglomerados económicos y financieros alrededor de un proyecto que quiere construir un orden autoritario con grandes límites a los derechos y libertades, con fuertes mordazas a los poderes judiciales y al poder legislativo. Sin compartir del todo esta perspectiva sí debemos advertir que el proyecto de Uribe busca la modernización por la vía del fortalecimiento del presidencialismo, la confrontación armada a gran escala contra la insurgencia y el predominio del modelo neoliberal así este modelo esté haciendo agua por sus cuatro costados. Modernización sin modernidad, vale decir, sin democracia. Un modelo como el de Enrique Peñalosa en Bogotá. Por algo una buena parte de los funcionarios de esa administración, terminaron en el gabinete del presidente Uribe. Un modelo tecnocrático, antipolítico, basado en una opinión pública respaldada por los medios. Y justamente allí radica la primera gran debilidad de este proyecto. Un proyecto hecho desde los medios alrededor de los fracasos cosechados por el gobierno de Pastrana en la negociación con las FARC. Así como cuatro años antes esos mismos medios convirtieron a Pastrana en el fenómeno político que traería la paz en una negociación con las FARC, nos repitieron la dosis, pero ahora invertida. Uribe nos ofrece una derrota cierta y cercana de las guerrillas por la vía

<sup>1</sup> *Repensar a Colombia, hacia un nuevo contrato social*, Garay Luis Jorge, Coordinador, Talleres del Milenio, PNUD-Agencia Colombiana de Cooperación Internacional, Bogotá, mayo de 2002, p. 56.



militar. "El 8 de agosto entraré con las tropas al Cagúan", decía el candidato. La verdad es que seis meses después las FARC siguen dominando una buena parte de esa antigua zona de distensión como la dominaban antes del 6 de noviembre de 1998. El amplio triunfo de Uribe fue fabricado por esos mismos medios que sin ruborizarse nos vendieron en el año 98 la paz fácil por la química entre Pastrana y Marulanda, y ahora nos vendieron el triunfo fácil en la guerra contra las guerrillas, con Uribe. Precisamente, una primera debilidad del proyecto de Uribe como lo fue el de Pastrana en su momento, consiste en la inexistencia de un proyecto orgánico a la base de la cual haya militancia política, organización política. La presidencia de Uribe se hizo principalmente en los medios de comunicación y en las encuestas. Esto hace que sus mayorías sean frágiles aún. Su reto consiste en darles solidez y por ello la red del millón de informantes no debe ser vista sólo como un instrumento para la guerra sino también como un instrumento político y organizativo del cual carece actualmente su proyecto político.

Este proyecto busca un consenso para lograr que en el centro de la organización política del Estado colombiano el tema de la seguridad y el presidencialismo sean pilares de nuestra organización pública. Ello supone obviamente un conjunto de reformas a la Carta Constitucional de 1991 y la limitación de las organizaciones e instituciones que han sido sus baluartes. Limitaciones a los poderes de las Corte Constitucional, reforma a la Acción de Tutela sobre todo en materia económica y social al tiempo que se avanza en la reforma para crear una legislación de guerra.



El neointervencionismo norteamericano ha encontrado en el gobierno de Uribe Vélez un fértil terreno para sus estrategias antidrogas y antiterrorista.

### Un equipo económico neoliberal

Un segundo frente en donde la cuestión será igualmente complicada está relacionada con el manejo económico. Uribe anunció que buscará un nuevo acuerdo con el Fondo Monetario Internacional y una renegociación de alguna parte de la deuda externa, advirtió al Banco de la República, organismo dominado por los monetaristas y neoliberales, que deberían cambiar de "cartilla" para el manejo económico. Todo ello lo coronó con el nombramiento de Roberto Junguito en la Cartera de Hacienda. Junguito fue hasta su posesión el representante de Colombia en el Fondo Monetario Internacional y durante los últimos ocho años aplicó la "cartilla" desde la Junta Directiva del Banco de la República. Una vez nombrado el nuevo ministro señaló que habrá renegociación, pero dejó en claro que se hará con la filosofía del sudor y lágrimas, es decir, con el sacrificio de los de abajo y de las clases medias. Unas de cal y otras de arena. Los anuncios sonaron lógicos pero los nombramientos ensombrecieron de nuevo el panorama. El nuevo ministro habló de la ne-

cesidad de aplicar una reforma en el sistema de pensiones y en seguir con el ajuste fiscal en medio de una recesión generalizada. No se ve claro que salgamos de dicha situación con la cartilla del Fondo Monetario Internacional, que consiste en la reducción del gasto público y en el cumplido pago de la deuda externa.

La concertación de las políticas económicas las está haciendo el nuevo equipo neoliberal sólo con los poderosos gremios de empresarios y del sector financiero. Para nada una concertación o un diálogo social con los trabajadores. A los fondos privados de pensiones se consulta a diario, la crisis de los papeles de inversión estatal (TES) empujaron a reuniones muy, pero muy rápidas, con los gremios y los empresarios; entre tanto, los proyectos de reforma laboral y del sistema de seguridad social y pensiones se entregó primero al Congreso y después a los sindicatos y a las organizaciones de los trabajadores. La reforma tributaria, se dice, porque aún no se conoce el texto definitivo, buscará universalizar el impuesto al valor agregado, IVA, a todos los productos. Un incremento en los precios de la gasolina y el cierre a algunos





Una vez nombrado el nuevo ministro de Hacienda señaló que habrá renegociación, pero dejó en claro que se hará con la filosofía del sudor y lágrimas, es decir, con el sacrificio de los de abajo y de las clases medias. Unas de cal y otras de arena. Los anuncios sonaron lógicos pero los nombramientos ensombrecieron de nuevo el panorama.

agujeros o puertas de escape en los llamados regímenes especiales y en sectores exentos de pagar ciertos tributos. Todo ello al tiempo que se anuncia el aumento en el número de semanas cotizadas para lograr una pensión así como el aumento en la edad de jubilación.

Un análisis frío de algún diario económico nos muestra a los tecnócratas en pleno ejercicio de sus funciones y en sus titulares nos anuncia el contenido básico del recetario neoliberal: "Empleabilidad con recorte del salario. Ni un peso del gobierno. Marginalmente toca a los empresarios". Estrenar la emergencia social para hacerle frente al desempleo y movilizar por esta vía dos billones de pesos, fue el primer anuncio del ministro de Salud, Juan Luis Londoño.

Dicen en Palacio que mientras Londoño hacía estos anuncios su colega de Hacienda, Roberto Junguito, tomaba nota. Este fue el último en hablar para notificar que de la chequera oficial no se giraría un solo peso para subsidiar el desempleo...la reforma laboral que está en el Congreso crea el Sistema de protección para el desempleado y un subsidio temporal al desempleo, los cuales en

la práctica se financiarán con el recorte a las prestaciones de los trabajadores. A las empresas la reforma no les pone más cargas. El valor de la nómina será igual solo que se liquidará de otra forma. Sin embargo, despedir a un trabajador, sin importar cuántos años lleve en la compañía, le saldrá mas barato con la propuesta de reducir la tabla de indemnización por despidos contemplada en el Código".<sup>2</sup>

No hay la menor duda que el equipo económico es el mismo que ha dirigido la economía durante los últimos 12 años. La cartilla es la misma. Monetarismo, altas tasas de interés, servicio a la deuda externa de manera cumplida y recorte de los derechos y garantías mínimas de los trabajadores. Todo ello eufemísticamente se llama la flexibilización laboral con la creencia de que mientras sean más bajos los salarios y menores los derechos laborales, los inversionistas internos y externos, mediante sus inversiones, generarán nuevos puestos de trabajo y reactivarán la economía. No hay pues, ningún cambio en la cartilla. Lo que se avizora en el frente económico es más de lo mismo. Las variaciones en el modelo económico

vendrán más bien desde fuera, por la crisis y por las medidas que se tomen en los organismos internacionales frente a las mismas, que por un cambio en las estrategias y en las políticas colombianas. Junguito repite aquella máxima del sudor y lágrimas como si fueran pocas las que a diario derraman millones de desempleados, millones de desplazados y en general ese 64% de la población que se encuentra en situación de pobreza.

## El Referendo: sin reforma política a la vista

Un analista político se preguntaba cuál sería el interés del presidente Uribe en proponer una drástica reforma política cuando él mismo es el primer presidente elegido como disidente de uno de los partidos tradicionales, producto mediático y en buena medida con un discurso antipolítico. La duda que escondía la pregunta se materializó cuando el 7 de agosto y después de muchos anuncios se radi-

<sup>2</sup> *Portafolio, Economía Hoy*, Bogotá, agosto 26 de 2002, p. 16.



có en el Senado de la República la propuesta de referendo.

El referendo es una colcha de rezazos. Por lo menos la mitad de las 16 preguntas pueden perfectamente ser tramitadas como leyes sin necesidad de elevarlas al rango constitucional. Así lo entendieron algunos parlamentarios que ya han radicado una propuesta para tramitar sus contenidos en una ley. En este rango se encuentran asuntos como los sueldos de concejales y diputados, la separación de las funciones administrativas de las mesas directivas del Congreso, el endurecimiento de las inhabilidades y la muerte política para los corruptos. En el colmo de la improvisación se quiere otorgar nuevos poderes al presidente para adicionar renglones en el Congreso para los procesos de paz, sin reparar que esta atribución ya está concedida en la ley de orden público (Ley 418 de 1997).

Pero más osada aún es la propuesta de revocatoria del Congreso. Este artículo, el 16 de la propuesta de referendo del presidente, quiere extorsionar al Congreso. Si se portan bien y aprueban todo lo que le enviamos no habrá revocatoria, pero si se portan mal y no realizan la tarea, queda en manos exclusivas del presidente la evaluación y la consideración de los supremos intereses de la nación para anticipar las elecciones, es decir, para revocar el actual Congreso. Es un verdadero galimatías. Y por sobre todo, debe ser rechazado por autoritario y porque atenta contra la real división de poderes que debe existir en una democracia. Aquí tampoco debemos aceptar las mentiras de la gran prensa que habla de “choque de trenes” cuando funciona la división de poderes. El Congreso debe legislar de cara al país, debe abrir las puertas al debate con las organizaciones sociales, con la academia, con la intelectualidad, y debe hacerlo mirando el futuro, abriendo las compuertas

de la democracia sin intimidación ni secuestros extorsivos.

Un segundo paquete más discutible aún está relacionado con la euforia uribista de recortar y achicar el Estado. Nos referimos a la propuesta de suprimir los organismos de control territoriales (contralorías municipales y departamentales) y la figura de los Personeros como representantes del Ministerio Público. Esta última propuesta es aún más problemática puesto que las personerías son, en más de 700 municipios del país, el único lugar a donde los ciudadanos pueden acudir para quejarse por la violación a sus derechos fundamentales. La enfermedad no está en las sábanas. La crisis del sistema de control reside en que contralores y personeros son de los mismos partidos o coaliciones de los alcaldes o gobernadores y por tal razón terminan en un contubernio que ahoga cualquier control, sobre la corrupción administrativa. Nadie puede asegurar que el reemplazo por auditorías privadas vaya a ser menos costoso y tampoco que vaya a ser más eficaz. Ejemplos como los que hoy se viven en Estados Unidos nos hablan muy mal de estas firmas privadas. Lo que se ha sostenido de tiempo atrás es que estos organismos deberían pertenecer a los partidos de oposición o cuanto menos a partidos que sean distintos a los del gobernante de turno.

El paquete político es más problemático aún. La propuesta del referendo plantea un Congreso unicameral, más o menos de unos 158 integrantes, de los cuales 25 corresponderían a la circunscripción nacional, con un umbral del 6%, es decir, sólo elegirían aquellas listas y partidos que tengan una votación superior al 6% del total de los votos válidos depositados en dicha circunscripción.

Unos 128 congresistas se elegirían en los departamentos (circunscripción territorial) y cinco en la circunscrip-

ción especial (dos indígenas, dos de las comunidades negras y uno por los residentes en el exterior). Para los congresistas de los departamentos se utilizará el sistema de medio cuociente (incluyendo la circunscripción especial de Bogotá).

Este sistema es regresivo en varios aspectos nodales de la lucha contra las formas clientelistas de acción política y deja de lado problemas y dificultades que la crisis política en Colombia viene manifestando de tiempo atrás. En primer lugar porque se reduce la representación de la circunscripción nacional, que de representar hoy el 38% pasará a representar el 19%, según la propuesta de referendo del presidente Uribe. El voto de opinión, que viene siendo el coche que empuja la modernización y desclientelización de la política, pasará a ser marginal. De hecho la mayor parte de las elecciones volverán a gravitar en el terreno de las clientelas y las aristocracias departamentales, fortaleciendo lo más tradicional de la política bipartidista. Como lo anota el senador Navarro en un artículo reciente: “La circunscripción nacional es el terreno de la política, de las ideas más generales, de los temas globales, mientras que lo departamental es en general el terreno de lo local, de lo específico. Ambas cosas deben balancearse. Pero es claro que el poder local es más clientelista que el escenario más general, donde la opinión pesa más.”<sup>3</sup>

En segundo lugar, petrificará por muchos años el importante tema del reordenamiento territorial. Al entregar a los departamentos la circunscripción para la elección mayoritaria del Congreso, con el 81% de las curules, se refundará esta entidad

<sup>3</sup> Navarro, Antonio, Reflexiones sobre el proyecto de Referendo, Bogotá, agosto de 2002, Internet.



que muestra una crisis muy aguda. Si el departamento es el lugar de conformación del poder político nacional, es obvio que toda discusión sobre regiones y provincias perderá peso e importancia. Y de paso no enfrentaremos de fondo el tema de la entidad territorial intermedia entre la nación y los municipios. La reforma ignora el problema. Incluso una reforma política verdadera debería enfrentar el problema de la representación regional en el Congreso de la República. Manteniendo el bicameralismo es posible pensar que el Senado de la República fuese conformado por circunscripciones regionales, como la surcolombiana, la del eje cafetero, la de la costa atlántica, etc., con un importante número elegido también por circunscripción nacional. Es obvio que ello supone asumir de fondo el problema de la entidad intermedia que necesita el país.

Un segundo gran tema está relacionado con el debate sobre el bicameralismo o el unicameralismo. Personalmente siempre he sido amigo del bicameralismo por varias buenas razones. La existencia de las dos Cámaras hace que el escenario de debate de las leyes sea más tranquilo y sobre todo cuando hay diferenciación en ciertas materias. Cuando ciertas iniciativas legislativas tienen origen en una Cámara y obedece a intereses específicos, al pasar a la otra Cámara se presenta la oportunidad para una consideración ponderada en otro escenario. En países como Alemania, por ejemplo, las materias que tienen que ver con las regiones o con los municipios obligatoriamente deben pasar primero por la cámara que tiene origen regional y luego si ir a la cámara nacional. Y al revés, hay temas como la política internacional, la política macroeconómica, etc., que inician su trámite en la Cámara de origen nacional. En Colombia esto no existe y un sistema bicameral debe-

ría establecerlo. Pero tampoco existe un Senado nacional puesto que la operación avispa arrasó con la posibilidad de listas nacionales con partidos nacionales. El texto del referendo no se ocupa, por supuesto, de estas materias, pero sobre eso volveremos más adelante.

En el texto del referendo hay varios sofismas. El primero, que los costos del Congreso son inaceptables y onerosos para el país. Esto le gusta al populismo de derecha y a la antipolítica que tiene buenos seguidores en amplias capas de la población que desconocen los costos reales del Congreso. Es obvio que lo que más ha perjudicado la imagen y el peso de esta institución ha sido su fragmentación, la inexistencia de verdaderos partidos, la corrupción y por sobre todo, que el Congreso no sea el lugar del control político sino por el contrario, de la componenda y de la venta de los votos para los proyectos del ejecutivo a cambio de partidas regionales, como aquellas repartidas por el ministro Juan Manuel Santos para que le aprobaran el acto legislativo 01 que recortó los recursos para educación y salud en los departamentos y los municipios. Todas estas prácticas han llevado a un creciente desprestigio del Congreso, pero además, la comprobada incapacidad para autorreformarse. Seis fallidos intentos de reforma política así lo han demostrado en los últimos siete años. Es por ello que el referendo para la reforma política nos parece que es el mecanismo, pero, a condición de que en las preguntas que deberán responder los ciudadanos se incluyan los verdaderos temas de una reforma política.

Los grandes temas de la Reforma Política tienen que enfrentar el fenómeno de la dispersión, de la fragmentación, de las famiempresas electorales. Sin acabar con el pluralismo y con los derechos de las minorías se

requieren mecanismos que obliguen al agrupamiento y en la ingeniería electoral esos mecanismos son el umbral, la lista única y la cifra repartidora. Una verdadera reforma política debe complementar estos mecanismos con la democratización interna y con los derechos de los militantes a tomar las decisiones programáticas y la definición sobre candidatos al tiempo que deben establecerse mecanismos de control ético.

Un tema que no aparece por ninguna parte, en la propuesta del presidente, es el del financiamiento de las campañas políticas al Congreso y a la Presidencia de la República. Hay que lograr el financiamiento público para estas campañas. Hay que derrotar la "dialéctica de las chequeras". La independencia del Congreso con respecto a los grandes conglomerados económicos y financieros es fundamental para que un Congreso renovado asuma sin dilación la consideración de las grandes reformas económicas, sociales y políticas que la sociedad está demandando.

Y finalmente, está el tema del sistema electoral. Se requiere un tribunal electoral independiente y una Registraduría Nacional que sea un instrumento adecuado y eficaz no sólo para contar votos sino para promover amplias campañas de educación y formación ciudadana. Estos son, en nuestro sentir, los asuntos claves de una verdadera reforma política. El Congreso tiene la palabra. Él puede modificar la propuesta del presidente, pero debería hacerlo mirando el futuro y comprometiéndose con la democratización de la sociedad política, y como prueba de ello y para no dilatar más una reforma que la sociedad reclama, debería aprobar la convocatoria de un referendo con las preguntas claves para que el pueblo decida.



Jesús Martín-Barbero  
Departamento de Estudios Socioculturales  
ITESO, Guadalajara, México



## Política y Comunicación

# Des-figuraciones de la política y nuevas figuras de lo público

Jesús Martín-Barbero

Imposible pensar la política y la comunicación como lo hacíamos antes del negro martes 11-Septiembre: el curso que ha tomado el mundo después de esos acontecimientos ha introducido procesos que amenazan aún más el ya oscuro horizonte de los pueblos latinoamericanos. La más arcaica peste del miedo que fundamentaliza la seguridad está convirtiendo todas las fronteras y las vías de comunicación –terrestres y aéreas, físicas y virtuales– en lugares de legitimación de la desconfianza como método y

la violación de los derechos a la privacidad y la libertad como comportamiento oficial de las “autoridades”, con el consiguiente afianzamiento de los prejuicios raciales, los *apartheid* étnicos y los fanatismos religiosos. Y ello en medio de la recesión económica, la ingobernabilidad política que la implacable lógica de la globalización mercantil impone sobre nuestros países. Pero hay otro acontecimiento que no puede dejar de mediar también en nuestra reflexión hoy: el segundo Foro Social Mundial en Porto Alegre,

convirtiéndose en ese extraño escenario en el que, frente al tramposo y excluyente *mundo de la economía financiera*, hace su aparición en la escena global el mundo de la política, o mejor, la *utopía política de un mundo de los ciudadanos y los pueblos*.

Y en el que la comunicación ha pasado a tener una presencia no meramente temática sino articuladora, estratégica. La comunicación es pensada en el Foro de Porto Alegre a la vez como lugar de una doble perversión y una doble oportunidad. Primera perversión, la que proviene de la conformación de megacorporaciones globales —ya son sólo siete las que dominan el mercado mundial: AOL-Time Warner, Disney, Sony, News Corporation, Viacom y Bertelsmann— cuya concentración económica se traduce en un poder cada día más inatajable de fusión de los dos componentes estratégicos, los vehículos y los contenidos, con la consiguiente capacidad de control de la opinión pública mundial y la imposición de moldes estéticos cada día más “baratos”; segunda perversión, la que más específicamente han derivado del “II S” enrareciendo de controles y amenazas las libertades de información y expresión hasta el punto de poner en serios riesgos los más elementales derechos civiles en este campo, a la vez que se legitiman por imperativos de “la seguridad” las más burdas y descaradas formas de manipulación y distorsión informativas. Las oportunidades: primera, la que abre la digitalización permitiendo la puesta en un *lenguaje común* de datos, textos, sonidos, imágenes, videos, desmontando la hegemonía racionalista del dualismo que hasta ahora oponía lo inteligible a lo sensible y lo emocional, la razón a la imaginación, la ciencia al arte, y también la cultura a la técnica y el libro a los medios audiovisuales; segunda: la configuración de un nuevo espacio público y de ciudadanía en y desde las redes de movimientos sociales y de medios comunitarios, empezando por el espacio y la ciudadanía que ha hecho posible el Foro Mundial mismo. Es obvio que se trata de *embriones de una nueva ciudadanía y un nuevo espacio público*, configurados por una enorme pluralidad de actores y de lecturas críticas, pero

ellos convergen sobre un compromiso emancipador y una cultura política en la que la resistencia es al mismo tiempo forjadora de alternativas.

## 1. La esfera pública entre la opinión y la publicidad

*“Si el tema de la opinión pública ha tomado importancia en la literatura política contemporánea, es por que en todas partes han entrado en crisis tanto las antiguas identificaciones —que conllevan criterios de juicio semejantes sobre cuestiones muy diferentes— como la delegación a grupos, partidos o sindicatos, de la tarea de indicar cómo se aplicaban tales criterios. En el sentido moderno, la afirmación de la opinión pública supone el reconocimiento de que todos pertenecen a una común humanidad, al mismo tiempo que el reconocimiento de la diversidad de intereses y opiniones”.*

Daniel Pecauc

La *opinión pública* es hoy escenario en que se hacen especialmente visibles los contradictorios elementos de que se halla hecha la vida política. En ella convergen la racionalidad de las encuestas, sus cálculos de probabilidad, con los más diversos intereses y las artimañas de los sondeos de toda laya, a toda hora, desde todos los medios. Se entremezclan también ahí restos de las ideologías y convicciones de los militantes de partido con las emociones, sentimientos y posiciones que los medios buscan suscitar en las audiencias. Nunca la adscripción filosófica griega de *la opinión* al movedizo mundo del saber inmediato, y de la pre-visión con que G. Tarde ubicó la opinión pública en el ámbito de las *creencias* y la *comunidad* que crean los medios, fueron tan certeras. La interrogación de J. Baudrillard *¿puede opinar la masa?*, ¿son acaso las masas representables?, y su respuesta: ni son representables ni capaces de expresión sino sólo *sondebales*, nos avocan —más allá de que hoy ya no este de moda en la academia



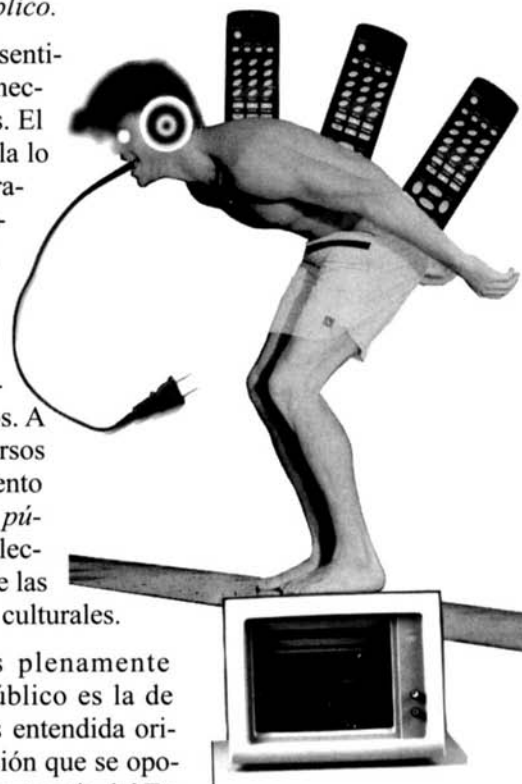
hablar de masas- a una cuestión de fondo: ¿puede la *opinión pública* sobrevivir al vaciado simbólico de la política y a su incapacidad de convocar, interpelar/construir sujetos sociales? Por que entonces ya no le quedaría sino dos funciones: la de *integración* mediante la fabricación del consenso, y la de *legitimación* día a día de un poder sin demanda de sentido. Es esa la cuestión que atraviesa y vertebra esta reflexión, hecha además desde un país en el que grandes sectores sociales no tienen aún otra forma de expresar su opinión que a través de *gestos colectivos*, como las manifestaciones urbanas silenciosas o el bloqueo de calles y carreteras. Con la densa, contradictoria ambigüedad, que carga todo gesto, y aún más donde esos gestos obedecen, o pueden obedecer cotidianamente, a los más contrarios fines y motivaciones.

La formación inicial de la “esfera pública burguesa” ha sido entendida por J. Habermas como la aparición de aquella instancia “mediante la cual el interés público de la esfera privada en la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los súbditos mismos”<sup>1</sup>. Lo que emerge en la “esfera pública” es un nuevo modo de asociación *no vertical* –como el que se forma desde el Estado– y del que hacen parte originariamente sólo los que tienen *instrucción y propiedad*. Condición que lastrará a futuro esa esfera, pues no será capaz de resolver el dilema que entraña: la traducción de la *voluntad* general en *razón* universal no hará sino traducir el interés general en argumentos privados identificando el espacio político con el espacio público burgués. Un siglo después la esfera pública es redefinida por la presencia de las masas urbanas en la escena social, cuya visibilidad remite a la transformación de la política que, de un asunto de Estado, pasa a convertirse en *esfera de la comunidad, la esfera de los asuntos generales del pueblo*. De otro lado, la visibilidad política de las masas va a responder también a la formación de una *cultura-popular-de-masa*: los dispositivos de la massmediación articulan los movimientos de lo público a las tecnologías de la fábrica y

del periódico, al tiempo que la aparición de la rotativa, ampliando el número de ejemplares impresos, abarata los costos y reorienta la prensa hacia *el gran público*.

La *publicidad*, en el sentido habermasiano, va a conectar entonces dos discursos. El de *la prensa*, que ensambla lo privado en lo público a través del debate entre ideologías y la lucha por la hegemonía cultural; y el de la *propaganda comercial* que transviste de interés público las intenciones y los intereses privados. A caballo entre ambos discursos se produce el desdoblamiento que lleva de *lo público* al *público* que conforman los lectores y los espectadores de las diversas manifestaciones culturales.

Pero la figura más plenamente comunicacional de lo público es la de *opinión pública*. Esta es entendida originariamente como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y será después el *principio de la crítica* como derecho del público a debatir las decisiones políticas, esto es, el *debate ciudadano*: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso. Ya a mediados del siglo XIX Tocqueville introduce otra versión de la *opinión pública*<sup>2</sup>, la *voluntad de las mayorías*, relegando a un segundo plano la libertad individual de los ciudadanos, con todo lo que ello implicará de contradicciones para una democracia en la que lo cuantitativo pesará siempre más que lo cualitativo. Unos pocos años después, Gabriel Tarde reubica definitivamente la idea de *opinión pública* en el ámbito de la comunicación al



Collage de Mauricio Suárez Acosta

J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, G. Gili, Barcelona, 1981, p. 171

<sup>2</sup> A. de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*, Vol. 2, Gallimard, París, 1953, p. 215.



analizar el cruce de la transformación de las *creencias* de la muchedumbre<sup>3</sup> en opinión política y el desarrollo del medio en que ésta se expresa, la prensa. Lo que interesa a Tarde es el nuevo tipo de colectividad que emerge *-el público-* como efecto psicológico de la difusión de la opinión. Ese efecto va a ser el desplazamiento de la legitimidad de lo político desde afuera hacia dentro. Habermas ve ahí el punto de sutura de aquella *esfera pública* que surgió con la entrada en la política de las masas de desposeídos: la desprivatización radical de esa esfera ha ido destruyendo las bases de la *publicidad burguesa*, borrando los linderos entre Estado y sociedad. La recomposición de la hegemonía “acabó arruinando la vieja base de lo público sin dotarla de una nueva”<sup>4</sup>.

No es otro el impase que, cambiando de siglo, analizará J. Baudrillard, y del que emergerá su proclama sobre “la implosión de lo social en la masa” y el *fin de lo político*. Pues “ya no es posible hablar en su nombre (el de las masas), ya no son una instancia a la que nadie pueda referirse como en otro tiempo a la clase o al pueblo”<sup>5</sup>. Sin los radicalismos de Baudrillard, la reflexión de R. Sennet sobre el *declive del hombre público* acaba con otra proclama: “el espacio público es un área de paso, ya no de permanencia”<sup>6</sup>. La crisis de lo público es, por un lado, la razón del repliegue hacia la privacidad de la familia y la intimidad del individuo, y por otro, ese repliegue apunta a una transformación general de las relaciones sociales. La “sociedad del riesgo”<sup>7</sup> de que habla U. Beck relocaliza esa transformación en el territorio conformado por la crisis que amenaza a las grandes instituciones que la modernidad industrial convirtió en la fuente del sentido de lo público —y del significado de la vida personal— *el trabajo y la política*. Que es la propia privacidad/intimidad de los individuos la que sufre de, a la que ha tocado, la ausencia de sentido en que se precipita lo público, es lo que plantea bien claramente el que varios de los últimos libros de sociólogos de la talla de A. Giddens y Z. Bauman<sup>8</sup> estén dedicados a examinar las mutaciones que atraviesan esos *tradicionales* espacios de sentido.

No es extraño que, en una sociedad *descentrada* como la actual —en la que ni el Estado ni la Iglesia, ni los partidos políticos, pueden ya vertebrarla— y *estructuralmente mediada* por la presencia de un entorno tecnológico productor de un flujo incesante de discursos e imágenes, *lo público* se halle cada día más identificado con lo escenificado en los medios, y *el público* —cada vez más lejano del *pueblo*— con sus audiencias. La opinión pública que los medios fabrican con sus encuestas y sondeos tiene así cada vez menos de debate y crítica ciudadanos y más de simulacro: *sondeada* —sometida a un montón de sondeos diarios— la sociedad civil, pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística. Y el vacío social de la representación facilitará la asimilación del discurso político al modelo de comunicación hegemónico, esto es, el que proponen la televisión y la publicidad.

## 2. Cambios en el tejido cultural y comunicacional de la política

Frente a la mera denuncia del papel que los medios de comunicación están jugando en la desfiguración de la política —que tramposamente vuelca hacia los medios la culpa de la corrupción de los partidos políticos— de lo que estamos necesitados es del

<sup>3</sup> G. Tarde, *L'Opinion et la Foule*, Alcan, París, 1901.

<sup>4</sup> J. Habermas, obra citada, p.205.

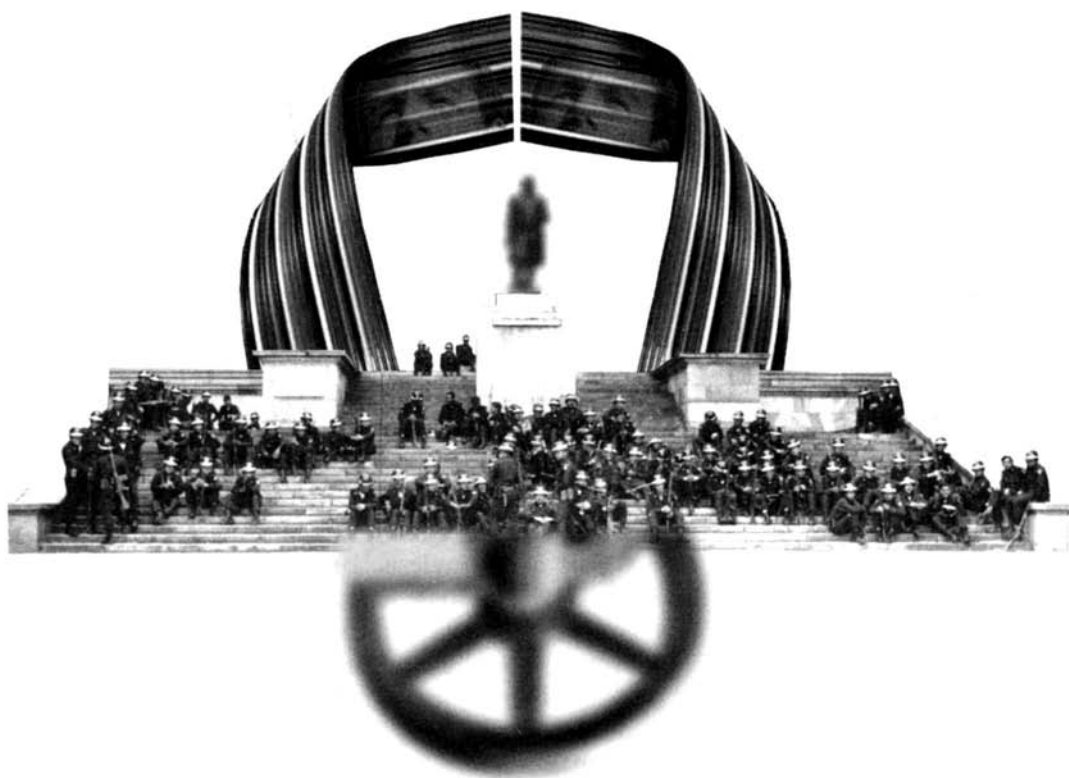
<sup>5</sup> J. Baudrillard, *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Kairos, Barcelona, 1978, p. 29 y ss.

<sup>6</sup> R. Sennet, *El declive del hombre público*, Península, Barcelona, 1978, p. 23.

<sup>7</sup> U. Beck, *La sociedad del riesgo*, Paidós, Barcelona, 1998, pp.95-191.

<sup>8</sup> A. Giddens, *La transformación de la intimidad*, Cátedra, Madrid, 1995; del mismo autor: *Modernidad e identidad del yo*, Península, Barcelona, 1997; Z. Bauman, *Modernidad y holocausto*, Sequitur, Madrid, 1997; del mismo autor: *Le sfide dell'etica*, Feltrinelli, Milano, 1993





suficiente valor para reconocer lo que de transformación cultural pasa hoy por la *mediatización de la sociedad* en su conjunto. ¡Qué fácil es echarle la culpa a los medios de la banalización de la política, como si éstos realmente fueran los que estuvieran corrompiendo a los políticos y sustituyendo a la política! Pero la corrupción de los partidos viene de mucho más lejos, de cuando los partidos políticos se vaciaron de contenido ideológico y de proyecto social. Ha sido el vaciamiento simbólico de los partidos el que los hace hoy incapaces de convocar a la comunidad ya sea en el plano local o nacional, y lo que los ha llevado a convertirse en meras maquinarias de poder y en mercaderes de la política dentro del espacio generalizado de la sociedad de mercado. Voy a replantear entonces las relaciones entre comunicación y política a partir de sus articulaciones estructurales con las dos transformaciones socioculturales de mayor calado que hoy atravesamos: los procesos de *des-encantamiento del mundo* que hoy culminan en la globalización, y la desestabilización del *sentido del trabajo*.

### La política en un mundo social desencantado

Con la globalización el proceso de *racionalización* parece estar llegando a su límite: después de la economía ahora parece haberle llegado la hora a la política. G. Marramao ha rastreado la obra de Weber desde la idea de *secularización-racionalización*, constitutiva de la moderna *sociedad* en cuanto ruptura con cualquier forma *orgánico-comunitaria* de lo social y su reorganización como “mundo administrado”: aquel en el que la política no puede ya comprenderse por fuera de la *burocracia*, ese modo *formalmente más racional* de ejercicio del poder<sup>9</sup>. Lo que implicará la pérdida de los valores tradicionales, pérdida ligada a lo que ya Hegel había llamado *mundanización*, esto es, el proceso formativo de la *esfera global mun-*

<sup>9</sup> G. Marramao, *Potere e secolarizzazione-Le categorie del tempo*, Editori Reuniti, Milano, 1983; *Cielo e Terra: genealogia della secolarizzazione*, Laterza, Turin, 1994.

*dana*, que es a la que asistimos hoy como resultado del cruce del proceso de secularización con el de globalización. ¿Será el sistema-mundo de la globalización el punto de llegada del desencantamiento del propio mundo, de la mano del desarrollo tecnológico y de la racionalidad administrativa? Es ahí donde se sitúa también lo que ha venido planteando N. Lechner<sup>10</sup> al analizar el desencanto de las izquierdas, expresado en el surgimiento de una nueva sensibilidad marcada por el abandono de las totalizaciones ideológicas y la resignificación de la utopía en términos de *negociación* como forma de construcción colectiva del orden. Lo que implica la predominancia de la dimensión contractual y el predominio, en la concepción y la acción política misma, de la racionalidad instrumental y de su profesionalización.

Vázquez Montalbán resume ese proceso afirmando que los saberes que el político necesita hoy son dos: el jurídico-administrativo y el de la comunicación publicitaria. Primera paradoja: el desencantamiento de la política transforma al espacio público en *espacio publicitario*, convirtiendo al partido en un *aparato-medio* especializado de comunicación, y deslegitimando cualquier intento de reintroducir la cuestión de los *finés*. ¿Para qué, si la “ética del poder” legitima la doble verdad, la doble contabilidad, la doble moral, y el carisma puede ser fabricado por la ingeniería mediática? Segunda paradoja: ¿después de la caída del Muro *tiene sentido* seguir hablando de democracia. Es un agnóstico como Vázquez Montalbán, quien introduce la cuestión del sentido en la política: “Necesitamos una idea de finalidad, que se parezca, sin serlo, a una propuesta transcendente (...Y para ello) hay que considerar la sabiduría de lo que nos ha dado el negativo de esas ideas de finalidad, bien sea por la vía religiosa o la de las ideologías”<sup>11</sup>.

Pero la ausencia de sentido en la política remite, más allá de la corrupción del poder y de la ingeniería mediática, a “la desaparición del nexo simbólico capaz de constituir alteridad e identidad”<sup>12</sup>. Desaparición que es constatable en la acentuación del carácter abstracto y desencarnado de la relación so-

cial, y comprobable en la diferencia entre el militante que se definía por sus convicciones y esa abstracción —las audiencias— a la que se dirige el discurso político televisado en su búsqueda no de adhesiones sino de puntos en la estadística de los posibles votantes. Diferencia que remite menos a la acción de la televisión que a la abstracción de las relaciones sociales operada por el proceso de racionalización, que como previó Weber, ha ido aboliendo las dimensiones expresivo-místicas de la existencia humana, y convirtiendo al mundo todo de la vida en algo predecible y dominable, pero también frío, insignificante, insípido. La atomización de los públicos de la política, y su transformación en audiencias sondeables, es inseparable de la crisis que atraviesa la *representación* cuando el deterioro de los lazos de la cohesión que introduce la política neoliberal se ve atravesado por el enrarecimiento de las dimensiones simbólicas que produce hoy la mediación tecnológica. Frente al *viejo* militante que se definía por sus convicciones y una relación pasional (cuasicorpórea) con *la causa*, el telespectador de la política es una pura abstracción, parte del porcentaje de una estadística. Y es a esa abstracción a la que se dirige el discurso político televisado, pues lo que busca ya no son adhesiones sino puntos en la estadística de los posibles votantes. Pero atención!: a donde remite la atomización de los públicos no es el *efecto* del medio de comunicación sino a la *crisis de sentido* del discurso político, y por debajo de ella, a la de aquello que le daba sustento, a la crisis del *lazo social*, en cuanto *conjunto de las relaciones simbolizadas entre los hombres*. Entonces, si los públicos de la política

<sup>10</sup> N. Lechner, en “América Latina: la visión de los científicos sociales”, N° 139 *Nueva sociedad*, ps. 133 y ss., Caracas, 1995

<sup>11</sup> M. Vázquez Montalbán, *Panfleto desde el planeta de los simios*, p.55-92, Crítica- Grijalbo, Barcelona, 1995

<sup>12</sup> M. Augé, *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, p.88, Gedisa, Barcelona, 1995; también a ese propósito: C. Castoriadis, *El mundo fragmentado*, Altamira, Montevideo, 1993



casi no tienen rostro y son cada vez más una estadística no estamos ante un cambio que produce la televisión sino la sociedad, cuyo proceso de racionalización como modernidad la ha convertido en la “jaula de hierro” que previera Weber: aquella en la que al operativizar el poder fáustico, cognitivo y tecnológico, el hombre convierte al mundo en algo predecible y dominable. *Secular* significaba para Weber una *sociedad* en la que la desaparición de las seguridades tradicionales resquebraja los lazos que tejían la integración de la *comunidad*. Y es con esa desintegración que *conecta* la atomizada, la socialmente des-agregada experiencia de lo político que proporciona la televisión. Pero en esa experiencia no hay únicamente repliegue sobre lo privado sino una profunda reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público<sup>13</sup>, el solapamiento de sus espacios y el emborronamiento de sus fronteras.

### Des-figuración de las condiciones del trabajo y la identidad del trabajador

El trabajo se identificó, durante la primera modernidad, la industrial, con la capacidad de ejecución de tareas fijadas de antemano y delimitadas de una vez para toda la vida, esto es, con pocos cambios a todo lo largo del día y de la vida. En la tardomodernidad que configuran la era de la información y la sociedad de mercado se ponen en marcha profundos cambios en el *sentido del trabajo* y la *identidad social del trabajador*<sup>14</sup>.

Las *condiciones* que comienzan a erosionar el *sentido moderno* del trabajo<sup>15</sup> y del trabajador se produce a mediados de los años 70, cuando se cierra el ciclo de los “30 gloriosos” años 1945-1975 que siguen al fin de la Segunda Guerra Mundial, y hacen su aparición con la crisis del petróleo los primeros dos movimientos: el aumento en la *terciarización* del empleo y de su *precariedad*. De una sociedad industrial, salarial, manual, conflictual, pero solidaria y negociadora, se comienza a pasar a otra

terciarizada, informatizada y menos conflictual pero fracturada, dual, desregulada y excluyente. De explotado pero incluido en el sistema, un buen sector de trabajadores pasa a ser llanamente *excluido*. Desciende drásticamente el número de trabajadores en los ámbitos de la gran industria tradicional —minería, acerías, metalmecánica, agrícola, etc.— se crecientan los puestos de trabajo en los campos de la educación, la salud, la seguridad, el comercio, y se abren o potencian otros campos: la informática, la asesoría, la investigación, la gestión. Sólo que los empleos creados en los últimos cuatro campos no pasan a ser ocupados por los desocupados de las industrias tradicionales ya que se trata de *oficios nuevos*.

La muy ambigua —o mejor tramposa— palabra con la que, desde el ámbito de la gestión empresarial, se denomina a estos cambios, la *flexibilidad laboral*, junta y confunde dos aspectos radicalmente diferentes del cambio. Uno, eminentemente positivo en principio aunque muy recortado en la práctica: el paso de un trabajo caracterizado por la ejecución mecánica de tareas repetitivas al de un trabajo con un claro componente de iniciativa de parte del trabajador, que desplaza el ejercicio de la predominancia de la mano a la del cerebro: nuevos modos del hacer que exigen un *saber-hacer* y el despliegue de destrezas con un mayor componente de conocimientos. La trampa que el uso de la palabra *flexibilidad* encierra al ser identificada con esa dimensión positiva es lo que oculta: primero, que esa capacidad de iniciativa, de innovación y creatividad en el

<sup>13</sup> O. Mongin, *Face au scepticisme*, Hachette-Pluriel, París, 1996; ver también A. Touraine, *Critique de la modernité*, p.356, Fayard, París, 1992.

<sup>14</sup> C. Dubar, *La crise des identités: interprétation d'une mutation*, PUF, París, 2000.

<sup>15</sup> Dos libros claves a ese respecto: R. Sennet, *A corrosao do carácter. Consequencias pessoais do traball no novo capitalismo*, Record, Río de Janeiro, 1999; U. Beck, *Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*, Paidós, Barcelona, 2000.



trabajo, es férreamente *controlada* por la lógica de la rentabilidad empresarial que la supedita en todo momento a la “evaluación de los resultados”; y segundo, que la *flexibilidad* incluye otro componente radicalmente negativo: la *precarización* del empleo tanto en términos de la duración del contrato de trabajo como de las prestaciones salariales en salud, pensión, educación, vacaciones, etc. La flexibilidad se convierte así en el dispositivo de enganche del trabajo en las nuevas *figuras de empresa*. Pues de un lado, al trabajador o empleado no se le permite la creatividad, no se le deja libre, para que haga lo que quiera y de veras invente, sino sólo para que tenga la posibilidad de competir mejor con sus propios compañeros de trabajo; y de otro la competitividad es elevada al rango de *condición primera* de existencia de las propias empresas.

El resultado ya palpable de esos cambios es la mengua o desaparición del vínculo societal –espacial y temporal– entre el trabajador y la empresa, afectando profundamente la estabilidad psíquica del trabajador: se acabó la posibilidad de hacer *proyectos de vida*<sup>16</sup>. La crisis de identidad del trabajador tiene una de sus figuras más expresivas en ese paso del sujeto ejecutor de tareas trazadas por otros a la del individuo abocado a una permanente reconversión de sí mismo, *obligado a tener iniciativa*, a innovar, justo en un momento en el cual no solamente el mundo del trabajo sino la sociedad en su conjunto hace del individuo un sujeto inseguro, lleno de incertidumbre, con tendencias muy fuertes a la depresión, al estrés afectivo y mental. Al dejar de ser un ámbito clave de comunicación social, del reconocimiento social de sí mismo, el trabajo pierde también su capacidad de ser un lugar central de significación del vivir personal, del sentido de la vida.

Y cambian también las figuras del *ejercicio profesional*, cambio de formas en las que lo desfigurado es el *fondo*, como lo atestiguan los *grupos/proyecto*, los “círculos de calidad”, en los que cada individuo es puesto a competir con otros individuos dentro de grupo-proyecto, y en el que cada grupo compete con otros grupos, no sólo fuera sino aún

dentro de la misma empresa. En la estructura profesional de la empresa “tradicional” no había dos equipos haciendo lo mismo en situaciones que permitieran evaluar permanentemente cuál de ellos es el más competitivo. Ahora podemos afirmar que la libertad de hacer, la inventiva y la creatividad son incentivadas y a la vez puestas permanentemente a prueba bajo el baremo de la competitividad. Y en condiciones de competitividad cada vez más fuerte, la creatividad se transforma, se traduce en *fragmentación* no sólo del oficio sino de las *comunidades de oficio*. El nuevo capitalismo<sup>17</sup> no puede funcionar con sindicatos fuertes, a los que vuelve más que innecesarios, imposibles. ¿Por qué? Porque la verdadera *iniciativa* ahora otorgada al individuo consiste en responsabilizarlo en cuanto tal de las actividades que antes eran asumidas por la empresa: desde la formación o adquisición de competencias y destrezas hasta de la duración del contrato de trabajo. Al ser puesto a competir con sus propios colegas y perder la seguridad del trabajo indefinido en la empresa, el sentimiento de pertenencia a un gremio, de solidaridad colectiva, sufre una mengua inevitable.

Resulta bien significativo que en castellano *competencia* nos sirva para hablar a la vez de los saberes/destrezas, y de la lucha a muerte entre las empresas. Hoy esa *confusión* es aún más significativa pues sus ingredientes nunca estuvieron tan inextricablemente mezclados. De la nueva *enseñanza por competencias* se empieza a hablar en la *academia* justo en el mismo momento en que la *empresa* ha hecho estallar el oficio de administrador o de ingeniero industrial para transformarlo en un número determinado de actividades desempeñables por competencias individuales. En la actual sociedad de mercado la nueva empresa, organizada por las *competencias* de los *grupos-proyecto*,

<sup>16</sup> Z. Bauman, *O malestar da pos-modernidade*, Zahar, Río de Janeiro, 1999; A. Giddes, *Modernidad e identidad del yo*, Península, Barcelona, 1997.

<sup>17</sup> P. Drucker, *La sociedad postcapitalista*, Sudamericana, Buenos Aires, 1999.



hace imposible el largo tiempo, tanto el de la pertenencia a una colectividad empresarial como el de la carrera profesional, dejando sin sentido a la empresa como comunidad y a la carrera profesional como temporalidad individual. En Silicon Valley, que no es nuestra sociedad pero constituye la punta de lanza de los cambios en este campo, el promedio de contratación de profesionales es de ocho meses, y aunque no sea nuestra realidad si está ya siendo visto como modelo por no pocas de las empresas transnacionales ubicadas en nuestros países. Pues el nivel salarial tiene cada vez menos que ver con los años de trabajo en la empresa, como lo atestiguan amigos míos en España y Francia, que llevando muchos años en su empresa están siendo desalojados de su puesto de trabajo por jovencitos que acaban de entrar a trabajar ganando el doble que ellos. El valor del trabajo se divorcia así también del largo plazo y el largo tiempo de la solidaridad, para ligarse a una creatividad y una flexibilidad uncidas a la férrea lógica de la competitividad.

¿Qué nos plantean esos dos escenarios de transformaciones socioculturales para entender las relaciones entre comunicación y política? De entrada, yo diría que lo que tenemos hoy es una política incapaz de poner en comunicación los mundos de vida —de las identidades y la construcción del sentido— con el mundo de la economía (de la producción y del mercado). Se trata de una incapacidad que guarda estrecha relación con una concepción racionalista de la política, basada en la oposición irreconciliable entre la vida pública, gobernada por el dispositivo masculino, y la vida privada en cuanto regida por el femenino. Es a esa racionalidad política a la que se refiere Alain Touraine<sup>18</sup> cuando observa que la vida política ha sido considerada como el ámbito perteneciente al orden de la razón y la ley, mientras que la vida privada se hallaba regida por la tradición, cuyo ámbito es el de la familia, el sentimiento y la pasión. A ese maniqueísmo se le va a agregar la separación entre la racionalidad de la economía y el mundo de las identidades que hoy se manifiesta en manera tan abrumadora con la globalización, que Castells<sup>19</sup> analiza al estu-



diar la *sociedad red* como una sociedad regida, de un lado, por el mundo de la racionalidad económica, basada en los flujos globales de riqueza, tecnología, información y poder, y de otro, por el mundo de las *identidades* enraizadas al territorio y las tradiciones.

<sup>18</sup> A. Touraine, "Les conditions de la communication interculturelle: Faux et vrais problèmes", en M. Wieviorka (dir.), *Une société fragmentée. Le multiculturalisme au débat*, pp. 292-318, La Découverte, París, 1997.

<sup>19</sup> Castells, M., *La sociedad red*, Vol. 2: *El poder de la identidad*, Alianza, Madrid, 1998.

El quiebre de la capacidad comunicativa de la política se va a ver así agravado por una globalización que moviliza, exaspera e, inclusive, alucina a las identidades básicas, esas que hechan sus raíces en los tiempos largos. Lo que hemos visto recientemente en Sarajevo o Kosovo, y lo que cotidianamente se gesta hoy en el País Vasco, es eso: una alucinación de las identidades que luchan por ser reconocidas, pero un reconocimiento que sólo es completo cuando se expulsa del propio territorio a todos los otros encerrándose en sí mismo. De un Sarajevo donde convivían el mundo musulmán con el cristiano ortodoxo y con otros mundos occidentales, hemos pasado al enfrentamiento de vecinos de la misma calle pues “descubrían”, de un día para otro, que su pureza étnica estaba en peligro, y su salvaguardia les daba permiso para disparar contra “los otros” aunque fueran sus vecinos de toda la vida.

Nos hallamos inmersos en una *situación-límite*, de las que hablara en otro tiempo extremo Sartre, la situación de una política incapaz de poner a comunicar la racionalidad objetiva de los flujos globales de información, comercio y tecnología, con el mundo intersubjetivo de las identidades, quedándose sin un lenguaje que le permita mediar entre la racionalidad mercantil y la pasión identitaria, ya sea étnica, regional, o *particular*; convertida en destructora del piso en que arraigaba el sentido. Lo cual constituye la razón del *malestar en la política* que experimentan los más jóvenes, y que manifiestan a su manera, unas veces con rabia y otras con conformismo. Lo que no deja de confundir a los adultos que critican sin comprender que lo que les sucede a los jóvenes es que no le encuentran el menor *encanto* a la política. ¿Y es que lo tiene para la inmensa mayoría de los adultos?

### 3. Ensanchamientos de la política: ciudadanías culturales y reconfiguraciones de lo público

La aparición de nuevas formas de ciudadanía señala la creciente presencia de estrategias tanto *de exclusión* como *de*

*empoderamiento* ejercidas en y desde el ámbito de la cultura. Estas últimas no sólo inscriben las “políticas de identidad” dentro de la política de emancipación humana, sino que replantean a fondo el sentido mismo de la política, postulando el surgimiento de un nuevo tipo de sujeto político<sup>20</sup>. Sujeto entrevisto desde que el feminismo subvirtiera el machismo metafísico de las propias izquierdas con la proclama de que “lo personal es político”, y que en los últimos años ha incorporado al sentimiento de daño y victimación el de reconocimiento y empoderamiento. Sentimiento este último que recupera para el proceso de construcción identitaria tanto lo que de disputa de poder pasa por el ámbito de los imaginarios como lo que se produce en la materialidad de las relaciones sociales. La afirmación de una subjetividad fracturada y descentrada, así como la multiplicidad de identidades en pugna, aparecen por primera vez en el feminismo<sup>21</sup> no como postulado teórico sino como resultado de la exploración de la propia experiencia de la opresión.

Estamos ante nuevas *políticas del reconocimiento* que, según Charles Taylor, remiten a la base misma de la modernidad política, donde se aloja “la idea de que el pueblo cuenta con una identidad anterior a alguna estructuración política”<sup>22</sup>. La idea de reconocimiento se juega en la distinción entre el “honor” tradicional como concepto y principio jerárquico y la “dignidad” moderna como principio igualitario. La identidad no es, pues, lo que se le atribuye a alguien por el hecho de estar aglutinado en un grupo –como en la sociedad de castas– sino la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo. Es al tornarse expresiva de un sujeto individual o colectivo que la identidad depende de, y se constituye en, el reconocimiento de los otros: intercambio en el que individuos

<sup>20</sup> E. Laclau, *Emanipación y diferencia*, Ariel, Buenos Aires, 1996, p. 46 y ss.

<sup>21</sup> Chantal Mouffe y otros, *Identidades*, Vol. 14 de *Debate feminista*, México, 1996.

<sup>22</sup> Ch. Taylor, *Multiculturalismo. Lotte per il riconoscimento*, Feltrinelli, Milan, 1998.



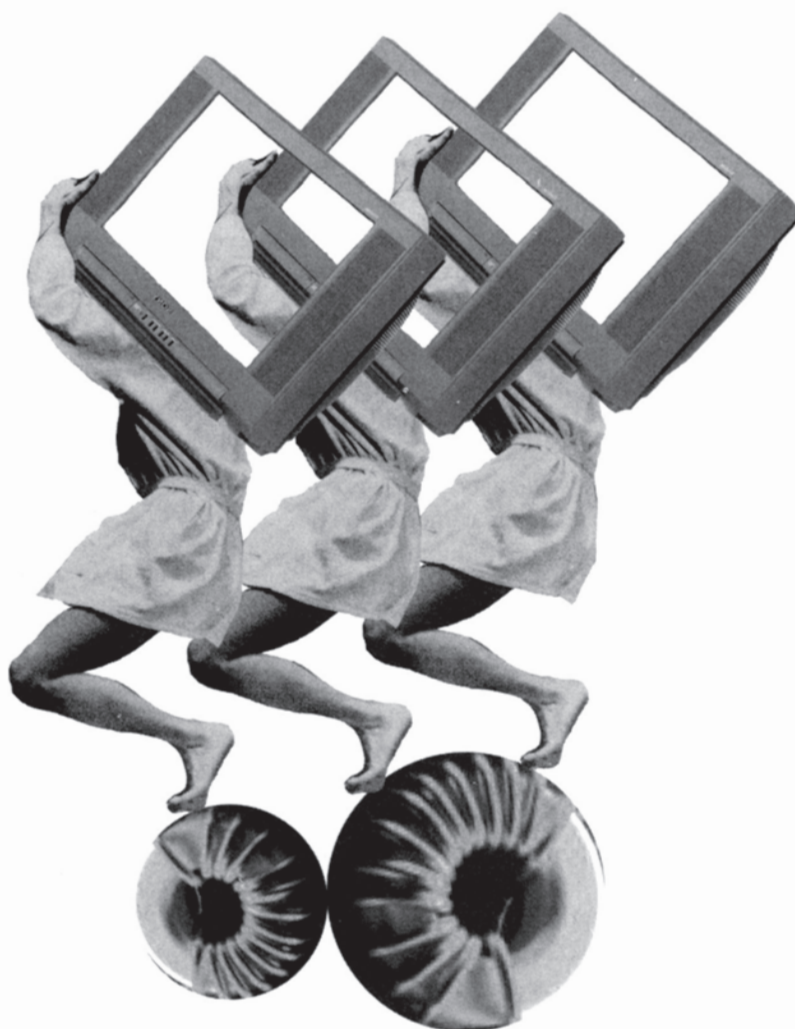
y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás. Las identidades/ciudadanías modernas –al contrario de aquellas que eran algo atribuido a partir de una estructura preexistente como la nobleza o a la plebe– se construyen en la negociación del reconocimiento por los otros.

De otro lado, lo que *el multiculturalismo* pone en evidencia es que las instituciones liberal-democráticas se han quedado estrechas para acoger las múltiples figuras de la diversidad cultural que tensionan y desgarran a nuestras sociedades justamente porque no caben en esa institucionalidad. Desgarradura que sólo puede ser suturada con una política de extensión de los derechos y valores universales a todos los sectores de la población que han vivido por fuera de la aplicación de esos derechos, sean mujeres o minorías étnicas, evangélicos u homosexuales. Estamos en todo nuestro derecho al negarnos a tener que escoger entre el universalismo heredado de la Ilustración, que dejaba de lado sectores enteros de la población, y un diferencialismo tribal que se afirma en la exclusión racista y xenófoba, pues esa disyuntiva es mortal para la democracia<sup>23</sup>. Frente a la ciudadanía de “los modernos” que se pensaba y se ejercía *por encima de las identidades* de género, de etnia, de raza o de edad, la democracia está necesitada hoy de una ciudadanía que se haga cargo de las identidades y las diferencia. Pues la democracia se convierte hoy en escenario de la emancipación social y política cuando nos exige sostener la tensión entre nuestra identidad como individuos y como ciudadanos, pues sólo a partir de esa tensión se hará posible sostener colectivamente la otra, la tensión entre diferencia y equivalencia (igualdad). Y saldremos, entonces, de la ilusoria búsqueda de una reabsorción de la alteridad en un todo unificado, sea este la nación, el partido o la religión.

Y en la experiencia de *desarraigo* que viven tantas de nuestras gentes, a medio camino entre el universo campesino y un mundo urbano, cuya racionalidad económica e informativa disuelve sus saberes y su moral, devalúa su memoria y sus rituales, hablar de *reconocimiento* implica un doble

campo de derechos a impulsar: el derecho a la *participación* en cuanto capacidad de las comunidades y los ciudadanos a la intervención en las decisiones que afectan su vivir, capacidad que se halla hoy estrechamente ligada a una información veraz y en la que predomine el interés común sobre el del negocio; y segundo, el derecho a la *expresión* en los medios masivos y comunitarios de todas aquellas culturas y sensibilidades mayoritarias o minoritarias a través de las cuales pasa la ancha y rica diversidad de la que están hechos nuestros países.

<sup>23</sup> M. Wieviorka, "Culture, société et démocratie", en obra citada, pp. 11-60





La formación de nuevas ciudadanías no sólo *des-ubica* a la política sino que converge sobre una profunda transformación de las figuras de lo público. Germán Rey ha explicitado entre nosotros la triple articulación fundante de lo público: entre el interés común, el espacio ciudadano y la interacción comunicativa<sup>24</sup>. Lo público aparece entonces como circulación de intereses y discursos en plural, pues lo que tienen de común no niega en modo alguno lo que tienen de heterogéneos, ya que ello es lo que permite el reconocimiento de la diversidad de que está hecha la opinión pública, su contrastación. Lo propio de la ciudadanía hoy es el estar asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. Derecho que nada tiene que ver con el exhibicionismo vedetista de los políticos en su perverso afán por sustituir su perdida capacidad de representar lo común por la cantidad de tiempo en pantalla.

La cada vez más estrecha relación entre lo público y lo comunicable —ya presente en el sentido inicial del concepto político de publicidad en la historia trazada por Habermas— pasa hoy decisivamente por la ambigua, y muy cuestionada, mediación de las imágenes. Pues la centralidad ocupada por el discurso de las imágenes —de las vallas a la televisión, pasando por las mil formas de afiches, graffitis, etc.— es casi siempre asociada, o llanamente reducida, a un mal inevitable, a una incurable enfermedad de la política contemporánea, a un vicio proveniente de la decadente democracia norteamericana, o a una concesión a la barbarie de estos tiempos que tapan con imágenes su falta de ideas. Y no es que en el uso que de las imágenes hace la sociedad actual y la política haya no poco de todo eso, pero lo que necesitamos comprender va más allá de la de-

nuncia, hacia una comprensión de lo que esa mediación de la imágenes produce socialmente, único modo de poder intervenir sobre ese proceso. Y lo que en las imágenes se produce es, en primer lugar, la salida a flote, la emergencia de la crisis que sufre, desde su interior mismo, el discurso de la representación. Pues si es cierto que la creciente presencia de las imágenes en el debate, las campañas y aún en la acción política, espectaculariza ese mundo hasta confundirlo con el de la farándula, los reinados de belleza o las iglesias electrónicas, también es cierto que por las imágenes pasa una construcción visual de lo social, en la que esa visibilidad recoge el desplazamiento de la lucha por la representación a la demanda de reconocimiento. Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías —las etnias y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales— demandan no es tanto ser representados sino reconocidos: hacerse visibles socialmente en su diferencia. Lo que da lugar a un modo nuevo de ejercer políticamente sus derechos. Y, en segundo lugar, en las imágenes se produce un profundo descentramiento de la política tanto sobre el sentido de la militancia como del discurso partidista. Del fundamentalismo sectario que acompañó, desde el siglo pasado hasta bien entrado el actual, el ejercicio de la militancia tanto en las derechas como en las izquierdas, las imágenes dan cuenta del “enfriamiento de la política”<sup>25</sup>, con el que N. Lechner denomina la desactivación de la rigidez en las pertenencias posibilitando fidelidades más móviles y colectividades más abiertas. Y en lo que al discurso respecta, la nueva visibilidad social de la política cataliza el desplazamiento del discurso doctrinario, de carácter abiertamente autoritario, a una discursividad si no claramente democrática, hecha al menos de ciertos tipos de interacciones e intercambios con otros actores sociales. De ello son evidencia tanto las encuestas o sondeos

<sup>24</sup> G. Rey, *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*, Cerec/Fundación Social/Fescol, Bogotá, 1998.

<sup>25</sup> N. Lechner, *Los patios interiores de la democracia*, Flacso, Santiago 1988, p. 99.



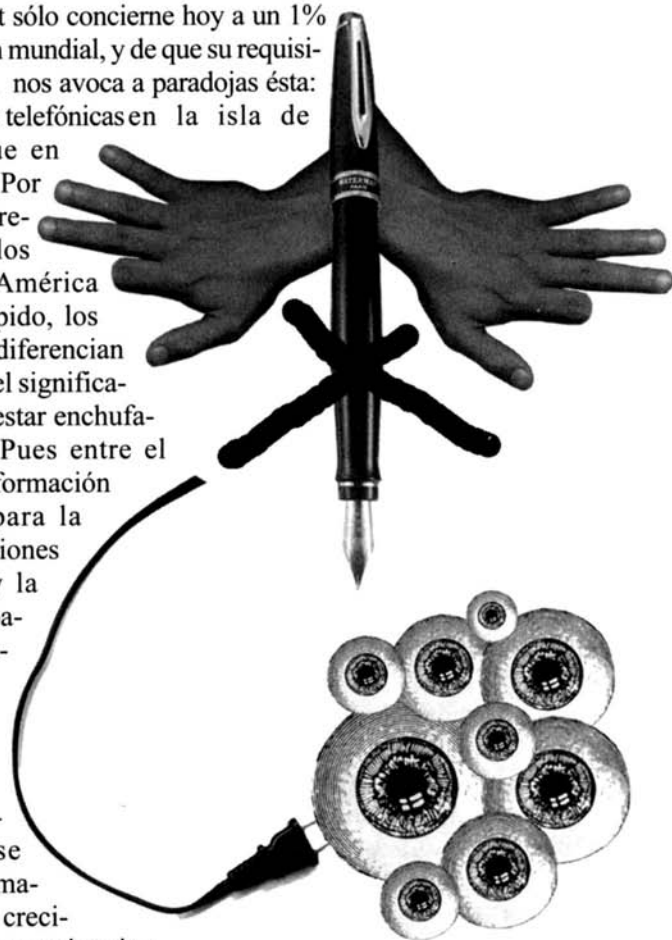
masivos con los que busca legitimar el campo de la política, como la proliferación creciente de observatorios y veedurías ciudadanas. Resulta bien significativa esta, más que cercanía fonética, articulación semántica entre la visibilidad de lo social que posibilita la constitutiva presencia de las imágenes en la vida pública y las veedurías como forma actual de fiscalización e intervención de los ciudadanos.

De otra parte, el vacío de utopías que atraviesa el ámbito de la política se ve llenado en los últimos años por un cúmulo de utopías provenientes del campo de la tecnología y la comunicación: "aldea global", "mundo virtual", "ser digital", etc. Y la más engañosa de todas, la "democracia directa"<sup>26</sup> atribuyendo al poder de las redes informáticas la renovación de la política y superando de paso las "viejas" formas de la representación por la "expresión viva de los ciudadanos", ya sea votando por internet desde la casa o emitiendo telemáticamente su opinión. Estamos ante la más tramposa de las idealizaciones ya que en su celebración de la inmediatez y la transparencia de las redes cibernéticas lo que se está minando son los fundamentos mismos de "lo público", esto es, los procesos de deliberación y de crítica, al mismo tiempo que se crea la ilusión de un proceso sin interpretación ni jerarquía, se fortalece la creencia en que el individuo puede comunicarse prescindiendo de toda mediación social, y se acrecienta la desconfianza hacia cualquier figura de delegación y representación.

Hay sin embargo en no pocas de las proclamas y búsquedas de una "democracia directa" vía internet, un trasfondo libertario que apunta a la desorientación en que vive la ciudadanía como resultado de la ausencia de densidad simbólica y la incapacidad de convocación que padece la política representativa. Tránsito libertario que señala también la frustración que produce, especialmente entre las mujeres y los jóvenes, la incapacidad de representación de la diferencia en el discurso que denuncia la desigualdad. Devaluando lo que la nación tiene de horizonte cultural común —por su propia incapacidad de articular la heterogeneidad,

la pluralidad de diferencias de las que esta hecha— los medios y las redes electrónicas se están constituyendo en mediadores de la trama de imaginarios que configura la identidad de las ciudades y las regiones, del espacio local y barrial, vehiculando así la multiculturalidad que hace estallar los referentes tradicionales de la identidad.

Virtuales, las redes<sup>27</sup> no son sólo técnicas son también sociales: ahí está el dato duro de que Internet sólo concierne hoy a un 1% de la población mundial, y de que su requisito, el teléfono, nos avoca a paradojas ésta: hay más líneas telefónicas en la isla de Manhattan que en toda África!. Por más que el crecimiento de los usuarios en América Latina sea rápido, los tipos de usos diferencian radicalmente el significado social del estar enchufado a la red. Pues entre el peso de la información estratégica para la toma de decisiones financieras y la levedad del paseante extasiado ante las vitrinas de los *bulevares* virtuales hay un buen trecho. Que se hace mucho mayor cuando el crecimiento de la riqueza interior a la red es conectado con la acelerada pauperización social y psíquica que se vive en su exterior: en el lugar desde el que la gente se enchufa a la red. Todo lo cual tiene poco que ver con las tan repetidas y gastadas denuncias de la homogeneización de la



<sup>26</sup> O. Monguin, obra citada, pp. 303-321.

<sup>27</sup> M. Santos, *Por uma outra globalizacao*, Record, Sao Paulo, 2000.



vida o la devaluación de la lectura de libros. Pues la virtualidad de las redes escapa a la razón dualista con la que estamos habituados a pensar la técnica, haciéndolas a la vez abiertas y cerradas, integradoras y desintegradoras, totalizadoras y destotalizantes, nicho y pliegue en el que conviven y se mezclan lógicas, velocidades y temporalidades tan diversas como las que entrelazan las narrativas de lo oral con la intertextualidad de las escrituras y las intermedialidades del hipertexto.

La toma de distancia crítica del vértigo en que nos sumergen las innovaciones tecnológicas empieza por romper el espejismo producido por el régimen de inmaterialidad que rige el mundo de las comunicaciones, desde la cultura al dinero, esto es la pérdida de espesor físico de los objetos haciéndonos olvidar que nuestro mundo está a punto de naufragar bajo el peso y el espesor de los desechos acumulados de toda naturaleza. Pero al mismo tiempo cualquier cambio en esa situación pasa por asumir la presencia y la extensión irreversible del entorno tecnológico que habitamos. Pues no es cierto que la penetración y expansión de la innovación tecnológica en el entorno cotidiano implique la sumisión automática a las exigencias de la racionalidad tecnológica, de sus ritmos y sus lenguajes. De hecho lo que está sucediendo es que la propia presión tecnológica está suscitando la necesidad de encontrar y desarrollar otras racionalidades, otros ritmos de vida y de relaciones tanto con los objetos como con las personas, en las que la recuperación de la densidad física y el espesor sensorial son el valor primordial. Y para los apocalípticos –que tanto abundan hoy– ahí están los usos que de las redes hacen muchas minorías y comunidades marginadas introduciendo ruido en las redes, distorsiones en el discurso de lo global, a través de las cuales emerge la palabra de otros, de muchos otros. Y esa vuelta de tuerca evidencia en las grandes ciudades el uso de las redes electrónicas para construir grupos que, virtuales en su nacimiento, acaban territorializándose, pasando de la conexión al encuentro, y del encuentro a la acción. Y por más tópico que resulte, ahí está la palabra del comandante Marcos introduciendo (junto con el ruido de

fondo que pone la sonoridad de la selva Lacandona) la gravedad de la utopía en la levedad de tanto chismorreó como circula por internet.

El uso alternativo de las tecnologías y redes informáticas<sup>28</sup> en la reconstrucción de la esfera pública pasa sin duda por profundos cambios en los mapas mentales, en los lenguajes y los diseños de políticas, exigidos todos ellos por las nuevas formas de complejidad que revisten las reconfiguraciones e hibridaciones de lo público y lo privado. Empezando por la propia complejidad que a ese respecto presenta internet: un contacto privado entre interlocutores que es a su vez mediado por el lugar público que constituye la red: proceso que a su vez introduce una verdadera explosión del discurso público al movilizar la más heterogénea cantidad de comunidades, asociaciones, tribus, que al mismo tiempo que liberan las narrativas de lo político desde las múltiples lógicas de los mundos de vida, despotencian el centralismo burocrático de la mayoría de las instituciones, potenciando la creatividad social en el diseño de la participación ciudadana.

Las tecnologías no son neutras pues hoy más que nunca ellas constituyen enclaves de condensación e interacción de intereses económicos y políticos con mediaciones sociales y conflictos simbólicos. Pero por eso mismo ellas son constitutivas de los nuevos modos de construir opinión pública y de las nuevas formas de ciudadanía, esto es, de las nuevas condiciones en que se dice y hace la política.

Guadalajara, México, agosto de 2002

<sup>28</sup> S. Finkleleevich (Coord.), *¿Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*, Ciccus/La Crujía, Buenos Aires, 2000; J.L. Molina, *El análisis de redes sociales: una introducción*, Bellaterra, Barcelona, 2001; VV.AA., *Redes, gestión y ciudadanía*, OCLAC-ABY AYALA, Quito, 2002



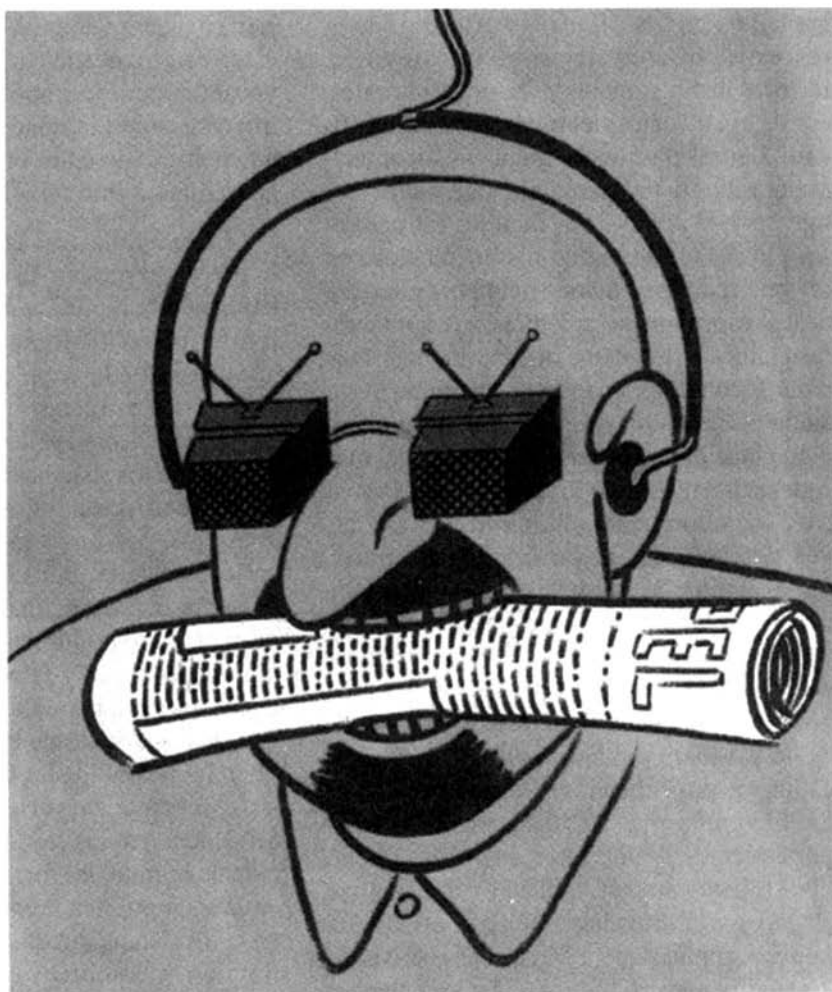
Jorge Benedicto  
Departamento de Sociología II,  
Centro de Estructuras Sociales Comparadas,  
Universidad Nacional de Educación a  
Distancia, España.

# La construcción comunicativa del espacio público\*

Jorge Benedicto

*"Es una verdad melancólica que la supresión de la prensa no podría privar más completamente a la nación de sus beneficios de lo que se ha hecho por su prostituida entrega a la falsedad. Nada se puede creer de lo que se lee ahora en un periódico. La verdad misma se vuelve sospechosa al ser colocada en un instrumento contaminado... Quiero añadir que la persona que nunca echa una mirada a un periódico está mejor informada que aquella que lo lee, del mismo modo que quien no sabe nada está más cerca de la verdad que aquel cuya mente está llena de falsedades y errores"*

Thomas Jefferson (1807)



Andrés Rábago (El Roto), caricaturista español, *El pabellón de azogue*

## 1. Las bases culturales de la vida política

La vida política de nuestras sociedades contemporáneas se hace cada vez más y más compleja, lo que provoca al mismo tiempo una creciente dificultad a la hora de poner en pie interpretaciones que nos permitan comprender la dinámica sociopolítica en la que estamos inmersos. Los acontecimientos se suceden a una velocidad vertiginosa sin que en ese aparente torbellino seamos capaces de vislumbrar las regularidades necesarias para poder construir explicaciones que vayan más allá de las habituales referencias bien a las virtudes o defectos de los políticos en el poder o bien a la intervención de un poder omnímodo pero de contornos difusos que antes se denominaba con el apelativo genérico de *sistema* y que ahora suele recibir el nombre de *globalización*. En cualquiera de los casos, el resultado es la práctica imposibilidad de comprender la marcha de los procesos políticos en los que estamos inmersos y en los que, como ciudadanos, tenemos el deber y el derecho de participar.

Para salir de esta especie de círculo vicioso, es preciso reflexionar sobre los distintos tipos de factores que intervienen en la escena política y que de una forma u otra influyen en su dinámica y en los compor-



tamientos de los diferentes actores. Factores estructurales, factores estratégicos, factores institucionales y factores culturales, constituyen básicamente el entorno significativo en el que tienen lugar los acontecimientos políticos. Habitualmente y sin saber muy bien el por qué, los factores estructurales y los factores político-institucionales son los que mayor atención suelen concitar entre los especialistas, mientras que los factores culturales tienden a ocupar un lugar bastante secundario, cuando no meramente residual. Cuando no se encuentra una explicación plausible ante determinadas situaciones o determinados comportamientos, se recurre a lo cultural como último recurso, a través de explicaciones *ad hoc* (Alexander, 1982). Frente a esta posición, mi punto de partida es bien otro. Los elementos culturales, desde mi punto de vista, ocupan un lugar central en la configuración de los fenómenos políticos, en tanto establecen la gramática de la acción política; es decir, dibujan el campo de posibilidades en el que se mueven las interpretaciones, los discursos y los comportamientos de los actores sociales (Cefaï 2001). Este carácter “undante” que aquí se atribuye a la dimensión cultural de la vida política implica que a través del análisis de los significados culturales podemos entender mucho mejor los intereses y las estrategias que los diferentes actores despliegan.

A nadie se le oculta que este tema de la relevancia de lo cultural en la reflexión política tiene una larga historia, no exenta de controversias. Por remontarnos a sólo hace dos siglos podríamos recordar la importancia que Montesquieu concedía a las características culturales de los diferentes pueblos para explicar su historia. A principios de siglo, las reflexiones sobre el carácter nacional nuevamente volvieron a poner de manifiesto la dificultad de incorporar la reflexión sobre los elementos culturales sin caer en un culturalismo tautológico. Más recientemente, en los años 60, el behaviorismo encontró en el concepto de cultura política, formulado en términos muy discutibles, un posible antecedente del comportamiento político de los sujetos. No es este el momento de insistir en las interminables discusiones que

este concepto y toda la elaboración a él asociada ha provocado e incluso hoy sigue provocando, pero lo importante es que la controversia sobre la relación política y cultura ha vuelto a encontrar un sitio en la reflexión académica e intelectual.

En la última década y media asistimos a lo que en expresión afortunada algunos han bautizado como el “regreso de la cultura al primer plano” (Morán 1996). Después de años insistiendo en el poder de determinación de las estructuras sociales y económicas sobre la acción política, fenómenos como la caída de los sistemas comunistas en Europa Oriental y Central o más recientemente el auge de los fundamentalismos religiosos antioccidentales, por sólo citar dos ejemplos de sobra conocidos, han puesto claramente de manifiesto las limitaciones de este tipo de argumentaciones y la necesidad de analizar cómo los factores culturales establecen los límites discursivos de la escena política, definen las posibilidades de acción, etc. Se trataría, por tanto, de volver a insistir en la trascendencia que las significaciones, la formación de sentido, las formas simbólicas tienen en la vida política de nuestras sociedades y en la incidencia directa que poseen en la definición y comprensión de los diferentes factores sociopolíticos (Benedicto, 2001).

Ahora bien, esta reivindicación del análisis cultural exige superar la definición restringida de cultura, propia de la escuela funcionalista, que termina reduciendo lo cultural al estrecho ámbito de las actitudes políticas subjetivas. Los valores y actitudes de la población se convierten en este enfoque en elementos de naturaleza secundaria, en datos fácticos de una realidad compleja dentro de la que se mueven actores individuales y/o colectivos de acuerdo con lógicas racionales. Por el contrario, esta nueva perspectiva de análisis parte de supuestos bien diferentes, que conviene aclarar:

**Defensa de un concepto intersubjetivo de cultura.** Frente a la visión subjetivista de la cultura que entiende esta como un conjunto de valores y actitudes compartidos por los individuos o, dicho de otra manera, como los valores y actitudes mayoritarias entre una



población determinada, es preciso construir una visión de la cultura más fuerte. Hay que entender la cultura como el conjunto de significados compartidos que constituye la parte simbólica de la política y a través de los cuales los actores actúan e interpretan sus mundos cotidianos. Hay que aclarar el distinto uso que se da al término “compartido” en una y otra perspectiva. Mientras en la perspectiva subjetiva implica la existencia de algún tipo de acuerdo o consenso normativo, en la perspectiva intersubjetiva implica que los actores manejan códigos comunes, lo que les permite comprenderse entre sí, aunque no compartan las valoraciones ni estén de acuerdo

**Concepción del análisis cultural como una tarea básicamente interpretativa.** Mientras la visión subjetiva de la cultura trata de aislar las normas y valores que determinan la conducta de los individuos y, en general, gran parte de la reflexión sociopolítica está obsesionada con establecer de manera definitiva la génesis de comportamientos y opiniones, el tipo de reflexión cultural que estoy defendiendo pretende exclusivamente hacer más inteligibles los fenómenos a estudio y las relaciones interactivas que vinculan cultura y acción. Más que poner en pie complejas explicaciones causales, me parece cada vez más necesario profundizar en la interpretación de las características del juego social y político, hacer legibles sus elementos y, en último término, comprender los significados a través de los cuales los actores se orientan y actúan en el mundo político.

**Reconocer la multiplicidad de formas y prácticas culturales.** Demasiado a menu-



do, cuando se piensa en elementos culturales se tiende a hablar exclusivamente de valores y actitudes (como en la clásica definición de cultura política de Almond y Verba); sin embargo las gramáticas de la vida política están compuestas por un repertorio cultural mucho más amplio, en el que entran en juego las memorias colectivas, los símbolos, los len-

guajes, las narrativas o los mitos relacionados con lo público. Solamente teniendo en cuenta esta multiplicidad de prácticas culturales podremos comprender cómo los diferentes actores definen sus preferencias y dotan de significado a los procesos políticos en los que están inmersos.

La cultura, por consiguiente, no es la dimensión subjetiva de la actividad política ni tampoco puede identificarse con las actitudes o opiniones de los ciudadanos sobre el sistema político o sobre su funcionamiento. Por el contrario, hay que entenderla como el contexto de significados en el que se mueve y se desarrolla la vida política de una comunidad determinada y que se expresa/plasma en diferentes formas o estructuras de contenido simbólico (discursos, mitos, lenguajes, rituales, etc.). Pero al mismo tiempo, estas estructuras culturales también proporcionan a los individuos los recursos necesarios e imprescindibles para configurar sus universos políticos y crear sus identidades colectivas.

Estos significados alrededor de los cuales se desarrolla la vida política y que los individuos se reapropian para comprender los acontecimientos y actuar en el espacio público no aparecen de manera espontánea, ni son el fruto de fuerzas más o menos desco-



nocidas, sin vínculos de relación con la actuación de los sujetos-actores implicados en la vida política (ciudadanos, partidos políticos, élites, grupos económicos, medios de comunicación, etc.). Como sostienen Badie y Hermet, “es importante recordar que la propia cultura es fruto de las prácticas sociales, así que cambia, evoluciona y se transforma en función de los acontecimientos, las estrategias y las elecciones de los actores sociales” (1993: 40). En este sentido, se hace preciso indagar en los mecanismos de creación/producción social de aquellos elementos y formas culturales que proporcionan sentido a la dinámica política; es decir, en el por qué y cómo los actores llegan a percibir, comprender e interpretar la realidad política de una manera determinada y las consecuencias que de ello se derivan. El análisis desde una perspectiva cultural no puede consistir en una mera acumulación de datos cualitativos, de referencias más o menos impresionistas a cuestiones de orden simbólico. Por el contrario, de lo que se trataría es de analizar cómo se construyen socialmente los significados culturales de la vida política, identificando los principales factores que contribuyen a la formación de sentido y la dinámica de negociación y conflicto a través de la cual los distintos actores atribuyen significados compartidos a los componentes de la vida política (Gamson, 1992).

Entre los diferentes factores que podríamos mencionar en la construcción de los significados políticos, cada vez se hace más evidente el papel decisivo que juegan los procesos comunicativos. En unas sociedades básicamente estructuradas alrededor de la comunicación no es de extrañar que el espacio público de la política también gire en torno a las interacciones comunicativas y que éstas se hayan convertido en su rasgo definitorio.

## 2. Comunicación política y opinión pública

Decir que comunicación y política son dos términos que se implican mutuamente parece algo bastante obvio. Si pensamos, por ejemplo, en uno de los aspectos fundamentales de la vida política de cualquier socie-

dad como es la relación entre gobernantes y gobernados, podemos fácilmente darnos cuenta de la importancia que en ella tienen los procesos de comunicación: los gobernantes necesitan persuadir, mediante distintos tipos de mensajes, a los gobernados, de la legitimidad y eficacia de su actuación con el fin de conseguir su apoyo, pero al mismo tiempo los gobernados buscarán los procedimientos más adecuados para tratar de transmitir sus demandas a quienes detentan el poder de decisión sobre los asuntos públicos. El tipo de comunicación que se establece en un momento histórico determinado entre gobernantes y gobernados nos proporcionará una imagen bastante acertada de la distribución y características del poder político dentro de esa sociedad.

Si en vez de hablar en abstracto, nos referimos a sociedades democráticas, la importancia de los procesos comunicativos que tienen lugar en el ámbito político se hacen aún más decisivos. La propia naturaleza de la democracia moderna implica que los intercambios comunicativos entre los distintos actores políticos tengan lugar preferentemente en un espacio público, formalmente accesible a todos, en el que toman forma y se desarrollan las opiniones sobre las diversas cuestiones relacionadas con el interés general. A través de la incorporación activa a este espacio público de interacción comunicativa los individuos adquieren su condición de ciudadanos (miembros plenos de una comunidad que ejercitan una serie de derechos políticos y sociales), a la par que ven reconocido su protagonismo en cuanto actores políticos.

Qué debamos entender exactamente por comunicación política es un asunto debatido por los especialistas, que oscilan desde visiones sistémicas en las que toda relación social puede reducirse a términos de teoría de la comunicación hasta aquellos otros que se centran exclusivamente en los aspectos más prácticos, es decir, en las técnicas comunicativas como el *marketing* político o la publicidad que se utilizan para persuadir al mayor número posible de ciudadanos. Aunque esta última acepción es fundamental en el espacio público contemporáneo no podemos dejar-



nos seducir por esta visión técnico-manipulativa. La realidad de la comunicación política es mucho más amplia.

En términos generales, dos son las perspectivas que hay que integrar al hablar de comunicación política. Por una parte, estaría la perspectiva de la comunicación política como transmisión de conocimientos e información «políticamente relevante». La conocida máxima de H. Lasswell resume perfectamente esta perspectiva: «¿Quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efectos?». En esta sencilla fórmula se condensan los principales componentes de todo proceso comunicativo: la fuente del mensaje o emisor, el mensaje en sí mismo, el canal a través del que se transmite el mensaje, el destinatario o receptor, y los efectos que el mensaje produce. Aunque este simple esquema puede y debe ser completado con otros conceptos aportados por la teoría de la comunicación como el de «ruido» (interferencias o perturbaciones en el proceso que afectan a la recepción del mensaje), el de «filtro» (puntos en el proceso de comunicación que hacen posible, impiden o limitan la transmisión del mensaje) o el de *feedback* (respuesta del receptor del mensaje que retroalimenta el proceso), nos proporcionan una clara guía de por donde puede caminar un determinado tipo de análisis de la comunicación política. El objetivo consistiría básicamente en estudiar la transmisión de información política entre unos emisores que es preciso identificar y una audiencia en la que se puede observar una serie de efectos inducidos.

Esta perspectiva en muchas ocasiones desemboca en concepciones demasiado li-



Andrés Rábago (El Roto), caricaturista español, *El pabellón de azogue*

neales y simplistas (emisor-información-receptor) olvidándose de la complejidad inherente a todos los procesos comunicativos que se producen en el ámbito político, especialmente cuando no se tiene en cuenta que la comunicación política también posee un componente fundamental de creación de significaciones. Los problemas sociales, los temas de debate político, las imágenes de líderes y partidos, son contruidos e interpretados en el curso de la interacción comunicativa, de acuerdo con la posición que cada uno de los actores ocupa en el sistema de relaciones sociales. Como dice Edelman (1991) asistimos a un proceso ininterrumpido de construcción de la realidad política. El juego democrático en buena medida consiste en un enfrentamiento entre distintos grupos por imponer su definición y representación de la situación, lo que les permitirá aumentar su posición de dominio en el espacio público y su capacidad de influir sobre las conductas de los ciudadanos.



Aunque estas dos perspectivas de la comunicación política a veces se presentan como antagónicas, realmente constituyen dos visiones complementarias que vienen a dar fe de la complejidad y multidimensionalidad de los procesos comunicativos que tienen lugar en el ámbito político. Siguiendo en este punto a Gerstlé (1992) podemos distinguir tres dimensiones fundamentales en la comunicación política: la pragmática, la simbólica y la estructural. *La dimensión pragmática* tiene que ver básicamente con las prácticas efectivas de comunicación, esto es, con el tipo de relación que se establece entre el emisor y el receptor. El análisis desde un punto de vista pragmático nos permitirá desentrañar la lógica específica que subyace en cada caso a la comunicación política. *La dimensión simbólica* se refiere a la utilización de símbolos en el proceso de la comunicación. En la comunicación política, como en cualquier otro tipo de comunicación, los sujetos se sirven de signos disponibles en códigos para transmitir contenidos y significaciones, siendo el lenguaje el principal instrumento simbólico de transmisión del mensaje político. A través de las palabras, las estrategias de argumentación o las fórmulas retóricas, los actores políticos disponen de un instrumento estratégico para transmitir a su audiencia muy diferentes significaciones y representaciones de la realidad. La lucha entre distintas fuerzas sociales y políticas por lograr imponer dentro del discurso político el significado de determinados términos que identifican temas centrales del debate político demuestra bien a las claras la importancia de los elementos simbólicos expresados a través del lenguaje. Tampoco deberíamos olvidarnos de la eficacia simbólica de las imágenes, y en general de todo, el dominio icónico, especialmente en nuestras tecnificadas sociedades actuales donde cada vez cobra mayor trascendencia lo que se ha dado en llamar la videopolítica (Sartori, 1998).

*La dimensión estructural*, por último, hace referencia a los canales por los que fluyen los contenidos comunicativos. Dentro del ámbito político podemos identificar una variada gama de canales de comunicación política, como son los partidos, los parlamen-

tos, las administraciones, los grupos de presión, etc. Sin embargo, en nuestras sociedades industriales avanzadas todos estos canales comunicativos pierden más y más relevancia en favor de los canales mediáticos, que se convierten en los grandes protagonistas actuales de la comunicación política. Los medios de comunicación de masas no sólo constituyen para la mayor parte de la gente la principal fuente informativa en el terreno político sino que representan una referencia imprescindible en la formación de la opinión pública. Estos cambios estructurales explican en buena medida la situación actual de profunda transformación de los patrones de comunicación política. Una situación que por otra parte se ve favorecida por las continuas innovaciones tecnológicas que están ampliando enormemente las posibilidades materiales de comunicación, todo lo cual está modificando también profundamente las pautas que rigen el debate político en nuestras sociedades industriales avanzadas.

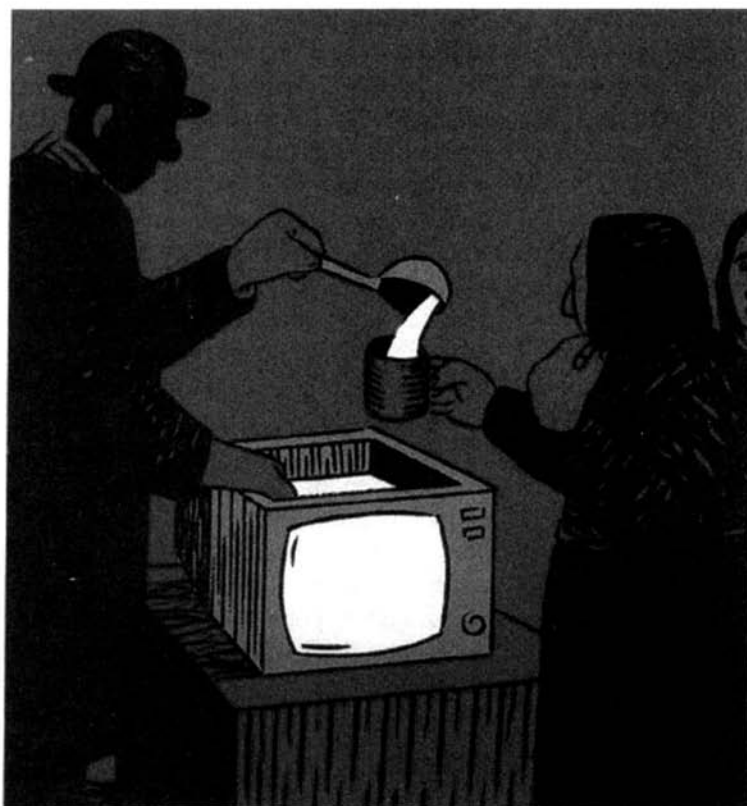
La articulación dialéctica de estas tres dimensiones de la comunicación política hace posible analizar la manera en que los procesos comunicativos estructuran el espacio público en el que tiene lugar la formación de una opinión pública. Opinión pública y comunicación política son como el anverso y el reverso de una misma realidad. Hoy en día se tiende a identificar el término opinión pública con encuestas que se suceden sin cesar sobre cualquier tema o cuestión que suscite un mínimo de interés, de manera tal que en la mayor parte de las ocasiones se hace pasar por opinión pública la mera suma de opiniones formuladas de manera más o menos reflexiva por individuos que no parecen tener ningún lazo que los vincule entre sí. Esta situación tan habitual en nuestros días no nos puede hacer olvidar que la opinión pública es ante todo un fenómeno social de naturaleza comunicativa que desempeña una importante función sociopolítica, tal y como lo demuestra su propia evolución histórica y la intensa significación política que tradicionalmente se le ha atribuido.

El origen tanto del término como del propio fenómeno de la opinión pública, en el sen-



tido que hoy lo entendemos, es un producto de la Ilustración, más concretamente de su concepción del hombre como un ser capaz de discutir y razonar sobre los asuntos públicos —aquellos relacionados con el bien o interés común— y asimismo capaz de alcanzar a través del debate con sus semejantes conclusiones justas y verdaderas. J. Habermas (1994) es quizás quién ha realizado el mejor análisis sobre el proceso histórico de constitución de la opinión pública como entidad colectiva que refleja un bien común abstracto y trasciende la suma de intereses individuales. Aunque el origen quepa situarlo en una serie de tendencias históricas que van fraguándose en Europa desde el siglo XV, asociadas a la expansión del capitalismo, la aparición de la opinión pública responde a la fuerza creciente de la burguesía y a su necesidad de encontrar un instrumento de legitimación de sus deseos de control del poder absoluto de la Corte. Para lograrlo se llevará a cabo la identificación ideológica del público como ente de raciocinio crítico e igualitario con el público burgués, es decir, el reducido grupo de los propietarios poseedores de instrucción.

La irrupción de las masas en la vida política durante el siglo XIX y su definitiva incorporación a la misma durante el siglo XX va a provocar el derrumbe de la ficción socioeconómica sobre la que se asentaba el espacio público burgués, dejando paso a una nueva etapa en la que la opinión pública primero pierde su capacidad de criticar al po-



der, para desembocar finalmente en lo que Habermas ha denominado la disolución psicosociológica del concepto. La opinión pública así se reduce a la suma de opiniones individuales, en la mayoría de los casos débilmente formadas y sometidas a múltiples influencias externas, que pueden ser analizadas mediante métodos

empíricos cuantitativos —los sondeos de opinión— en los que subyace el principio de que las opiniones de todos los individuos tienen el mismo valor social, independientemente de la posición socioestructural que ocupen dentro de la colectividad.

Ante esta situación la pregunta, por tanto, que cabe hacerse es: ¿cómo puede recuperarse la referencia colectiva imprescindible en la noción sociopolítica de opinión pública, sin por ello dejar de analizar cómo se constituyen las opiniones de los ciudadanos sobre las cuestiones públicas? Aunque la respuesta no es fácil, el camino más interesante es la investigación de los procesos comunicativos en los que se generan los distintos públicos de la opinión pública (Price, 1994). Frente a la concepción, ciertamente idealizada, de la existencia de un único público, resulta más ajustada a la realidad actual la idea de la existencia de diferentes públicos que vendrían definidos tanto por su ubicación estructural dentro del sistema de relaciones sociales (público activo vs. público atento) como por los asuntos colectivos alrededor de los que se articula el debate so-



cial y político. Desde este punto de vista, las condiciones en que se lleva adelante en nuestra sociedad la discusión pública así como la posición que ocupan los ciudadanos en el proceso de la opinión pública, en cuanto espectadores pasivos, espectadores atentos o actores potenciales (Benedicto, 1993), constituyen, pues, dos elementos fundamentales para entender cómo —a través de la comunicación— se va construyendo el espacio público y cómo en su seno se desarrollan los universos políticos de los ciudadanos. En ambos casos, el papel de los medios de comunicación de masas aparece como una variable de importancia crucial que hay que analizar con cuidado.

### 3. La ‘mediatización’ de la política democrática

Entre todas las transformaciones que se han producido a lo largo del siglo XX una de las que mayores repercusiones ha tenido sobre el desarrollo de los procesos sociales y políticos de la sociedad ha sido el espectacular crecimiento de los medios de comunicación de masas y especialmente los de carácter audiovisual. La incesante penetración de los medios en todos los aspectos de nuestras vidas también ha tenido un reflejo en el ámbito político, siendo la propia comunicación política la que se ha transformado. Los *mass media* además de constituir un canal básico para la transmisión de información política, se han convertido al mismo tiempo en emisores privilegiados de la misma, de tal forma que los mensajes y contenidos políticos han terminado adaptándose a las exigencias de la comunicación mediática. Los *mass media* se han convertido, así, en una característica estructural y estructurante del espacio público moderno.

Desde el mismo momento en que se produjo, a principios del siglo XX, el espectacular despegue de los medios de comunicación masiva se hizo evidente a los ojos de la mayoría el enorme poder de influencia que podían ejercer sobre la vida social y política y sobre las percepciones de los individuos. Esta posibilidad de que los medios de comunica-

ción pudieran llegar a convertirse en un instrumento de manipulación de la opinión pública, hasta el punto de determinar sin restricciones los contenidos de la vida democrática, ha sido una de las preocupaciones constantes tanto de los especialistas como de los intelectuales durante todos estos años. Conforme los públicos se han ido habituando a la presencia de los *mass media* y a su papel en la esfera pública, la relación se ha ido haciendo más compleja, de tal forma que lo que en un principio se concebía como un impacto inmediato sobre las opiniones de la audiencia ha ido dejando paso a planteamientos matizados en los que la influencia mediática es menos directa pero mucho más intensa, por cuanto su repercusión se sitúa en el plano de la creación de significados. Incluso avanzando un poco más en el razonamiento, podríamos decir que hoy los medios crean realidad.

En efecto, en los primeros momentos de desarrollo de los *mass media* se tendió a pensar que estos ejercían un impacto directo e inmediato sobre las opiniones y actitudes de una audiencia que además tenía poca capacidad de resistencia dado su carácter atomizado e individualizado. La metáfora de la aguja hipodérmica o de la bala ha sido reiteradamente utilizada para resumir estas posiciones. Al igual que una aguja inyecta un líquido o un proyectil traspasa el cuerpo contra el que se dirige, así los medios inyectarían o dispararían sus mensajes, penetrando directamente en la audiencia y provocando en esta una reacción.

A partir de los años cuarenta, conforme las tecnologías comunicativas experimentan una nueva fase de innovación y las sociedades desarrolladas incrementan sus niveles de bienestar social, la anterior visión manipuladora empieza a dejar paso a una nueva visión donde se tienen más en cuenta las diferentes relaciones que los públicos establecen con los medios. En las múltiples investigaciones empíricas que se realizan, centradas en buena parte en el terreno electoral, se determinará que los efectos que los medios provocan en el público están condicionados por un amplio conjunto de factores y circunstancias, entre los que destacan la ten-



dencia a la exposición y percepción selectiva de la información (la gente tiende a exponerse a aquellas informaciones que sintonizan con sus opiniones) y el papel de mediación que desempeñan los grupos de los que forman parte los individuos (los valores y normas de los grupos filtran los mensajes y constituyen el referente para la interpretación de la realidad). De la idea ingenua de un mundo manipulado por los medios se había pasado a la idea optimista de los efectos limitados.

La nueva aceleración tecnológica que este campo de la comunicación masiva experimenta desde la década de los setenta ha permitido profundizar en el análisis de la influencia mediática para mostrar que la verdadera importancia social de la acción de los medios de comunicación de masas no se sitúa en el plano más inmediato de las actitudes y opiniones individuales, en el cual su influencia es bastante relativa. Por el contrario, esta repercusión hay que buscarla en un plano más profundo, más a largo plazo, en los efectos que tienen sobre la comprensión de la realidad política por parte del público y, en consecuencia, sobre la formación de la opinión pública. Este nuevo punto de vista, predominante en la investigación desde hacía ya varias décadas, ha permitido dirigir la atención hacia nuevas cuestiones entre las que destaca el estudio de la capacidad de los medios para establecer la agenda de temas que entran a formar parte del debate político (*agenda-setting*). Sin que haya que desechar completamente la hipótesis de la exposición selectiva de los individuos a la información, cada día aparece más clara la situación contraria, esto es, la selección previa de asuntos, contenidos y acontecimientos por parte de los medios, actuando así como filtro que canaliza las preocupaciones de la opinión pública. Detrás de muchos de estos planteamientos lo que late es la impresión, bastante generalizada en nuestra sociedad, de que aquello de lo que no se ocupan los medios –sobre todo lo que no sale en televisión– no existe para la mayor parte del público. Aunque no se pueda defender una predeterminación absoluta de los contenidos temáticos de la opinión pública por

parte de los medios de comunicación, lo que distintas investigaciones demuestran es la estrecha relación existente entre la agenda de temas de los medios, la agenda pública y la agenda institucional.

Pero la influencia de los medios no se agota en el tipo de información que transmite, por el contrario su principal repercusión tiene que ver con la forma en que la transmite. En la época de la expansión imparable de la televisión, la comunicación mediática se



Andrés Rábago (El Roto), caricaturista español, *El pabellón de azogue*

convierte cada vez más y más en un espectáculo en el que predominan la dramatización, la personalización y la simplificación, con las evidentes consecuencias que ello tiene para el desarrollo de la vida política en unas sociedades como las actuales en las que los públicos dependen en gran medida de los recursos informativos de los medios de comunicación de masas para conocer, interpretar y orientarse ante la realidad sociopolítica. Tiene razón Manuel Castells cuando afirma que la influencia de los medios no reside en su capacidad para imponer sus preferencias



a una opinión pública pretendidamente pasiva, algo que no se corresponde con la realidad; su verdadera influencia se deriva de que la lógica de los medios encuadra y estructura la política democrática. "Al incorporar la política a su espacio electrónico, los medios encuadran de forma decisiva el proceso, los mensajes y los resultados, prescindiendo del objetivo real o de la efectividad de los mensajes específicos. No es que el medio sea el mensaje, porque las opciones políticas difieren y las diferencias importan, pero, al entrar en el espacio de los medios, los proyectos políticos y los políticos se moldean en forma particular" (Castells, 1996: 354). Las consecuencias para la vida democrática son bien evidentes. El ideal del debate racional entre posiciones contrapuestas deja paso a la política espectáculo, al *marketing* político, al protagonismo de los políticos convertidos en actores, a la simplificación extrema de los acontecimientos políticos.

La *mediatización* de la vida política es, sin ninguna duda, uno de los rasgos que distinguen a las actuales sociedades de la información. La pregunta a hacerse es si seremos capaces de aprovechar las posibilidades del discurso mediático para mejorar la calidad de nuestras democracias o si, por el contrario, el sometimiento de la actividad política a la lógica de los medios profundizará la desafección y desconfianza de los ciudadanos hacia la política y los políticos. Desgraciadamente, la mayor parte de los indicios apuntan en esta segunda dirección, a la par que se hace más y más notoria la tendencia por parte de los medios y la propia opinión pública a suplantar los procesos institucionales de representación popular. No deja de causar preocupación que en muchos sectores sociales se conceda no sólo más credibilidad sino también más legitimidad a los mensajes que transmiten los medios de comunicación o a los resultados de una encuesta que a los discursos de los representantes elegidos democráticamente. Es bien cierto que los instrumentos institucionales de representación de la voluntad popular (partidos, parlamentos, etc.) tienen graves dificultades para poder transmitir eficazmente las demandas y necesidades de los ciudadanos al sistema de decisiones políticas, pero

de ahí no puede deducirse que su posición en el entramado institucional de la democracia deba ser asumida por los medios de comunicación de masas. Lo que está en juego no es simplemente la eficacia de transmisión de las demandas sociales sino el carácter democrático de la voluntad popular. Un hecho aún más importante si se tiene en cuenta la vinculación que la mayor parte de los medios, especialmente aquellos con mayor influencia en la opinión pública, mantiene con determinados grupos que defienden intereses económicos y políticos muy concretos. Aunque es verdad que los medios tratan de estimular una imagen de imparcialidad y profesionalidad como forma de mantener una audiencia lo más amplia posible, el hecho cierto es que cada vez nos encontramos con más indicios de que la línea editorial, la orientación informativa, en una palabra la información que se transmite está sujeta en su contenido y en su forma a los intereses y estrategias de los grupos mediáticos.

En un espacio público construido básicamente sobre la comunicación pública, no puede haber duda del papel fundamental que les corresponde a los *mass media*. Ahora bien, el gran reto al que se enfrentan nuestras sociedades democráticas es lograr que esta posición relevante de los *mass media* no termine derivando en un monopolio de la escena política, que expulse de la misma a otros actores, como pueden ser los partidos políticos, que resultan imprescindibles para la formación de una opinión pública realmente democrática.





## Bibliografía

- Alexander, J. (1982), *Theoretical Logic in Sociology*, Vol. 1, Berkeley, University of California Press.
- Badie, B. y G. Hermet (1993), *Política comparada*. México, F.C.E.
- Benedicto, J. (1993), “¿Espectadores o actores potenciales? El debate sobre los sistemas de creencias políticas de los ciudadanos”, *Revista de Estudios Políticos* No. 80, pp. 271-295.
- Benedicto, J. (2001), “Démocratie, citoyenneté et culture politique, la transition démocratique en Espagne”, en D. Cefaï (Dir.), *Cultures Politiques*, París, PUF.
- Castells, M. (1996), *La política de la identidad. Economía, sociedad y cultura*, Vol. 2, Madrid, Alianza Editorial.
- Cefaï, D. (2001), “Experience, culture et politique”, en D. Cefaï (dir.), *Cultures Politiques*, París, PUF.
- Edelman, M. (1991), *La construcción del espectáculo político*, Buenos Aires, Manantial.
- Gamson, W. (1992), *Talking Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Gerstlé, J. (1992), *La communication politique*, París, PUF.
- Habermas, J. (1994), *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Morán, M.L. (1996), “Sociedad, cultura y política, continuidad y novedad en el análisis cultural” en M.L. Morán (comp.), *Cultura y política, Zona Abierta*, 77/78.
- Price, V. (1994), *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Sartori, G. (1998), *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- Algunas de las cuestiones presentadas en este artículo han sido desarrolladas de manera más extensa en J. Benedicto, “La construcción de los universos políticos de los ciudadanos” en J. Benedicto y M. L. Morán (eds.), *Sociedad y política*, Madrid, Alianza Editorial, 1995.



ESCUELA NACIONAL SINDICAL

Sindicalismo, mucho para todos

**20 años**

**1982 – 2002**

**20 años trabajando por  
un sindicalismo para la democracia**

Nos especializamos en educación no formal, asesorías e investigaciones  
en temas laborales y sindicales

Visite la página en internet: [www.ens.org.co](http://www.ens.org.co)

Cra. 51 55-78. Tel : 513 31 00. Fax : 512 23 30.

E-mail : [enscomu@epm.net.co](mailto:enscomu@epm.net.co)

Omar Rincón

Profesor Asociado – Departamento de Comunicación –  
Universidad Javeriana, Crítico de Televisión – *El Tiempo*.  
[orincon@javeriana.edu.co]

# La *televización* de la política (Uribe: ¿una producción de la realidad o una historia de ficción?)

Omar Rincón

Collage de Mauricio Suárez Acosta

**S**er contemporáneo es habitar las imágenes... de televisión (*dice Felipe y tal vez sea verdad*). Muchos colombianos (*como el papá de Felipe*), piensan que participar y ser consciente de la realidad consiste en ver las noticias de televisión (*el estar informado como estrategia para obtener consciencia*). Y se puede pensar así porque la televisión es (*de hecho*) el lugar donde se informa masivamente la sociedad sobre su realidad; por lo tanto, donde se gana consciencia y se generan referentes y representaciones comunes sobre qué es y cómo se actualiza lo público y la política. La pantalla, entonces, se ha convertido en la proveedora privilegiada de los argumentos, las ideas,



los sentimientos, las imágenes, las memorias y los futuros para la conversación cotidiana.

Más allá de la tele, habitamos las crisis de sentidos colectivos, tanto que tenemos la pesadilla frecuente de que uno de estos días nuestro país dejará de existir. Habitamos el caos institucional, democrático, económico, social y hemos llenado la vida social de retórica democrática vacía de sentido. Somos los supervivientes en medio de la hecatombe. Y cuando se sobrevive no hay tiempo para pensar, ni movilizarse, ya que hay que rebuscar la comida del próximo día y es mucho más confortable ejercer la compasión social que construir nación... entonces, somos producidos dentro de una *política de la inmovilidad* que nos dice que lo más conveniente es irse para la casa a ver *Protagonistas de novela* y *Pedro el escamoso*.

Para huir de ese caos de sentido, la pantalla nos gana el alma desesperada y nos construye referentes colectivos, toda la



realidad posible. La televisión se convierte en un espejo donde Colombia se muestra en lo que viene siendo: el dispositivo de contarnos; el santuario de los nuevos mitos, leyendas y fábulas de la nación; nuestra cultura sentimental común. Por eso hay que estar de acuerdo con Jesús Martín-Barbero cuando afirma que “*hay mucho más país en los dramatizados que en los noticieros de televisión*” o que “*en un país tan dividido y desgarrado, tan incomunicado como Colombia, la televisión se ha convertido en escenario de encuentros*”<sup>1</sup>. Aunque el papel de la ficción televisiva en la construcción de cultura nacional es evidente y significativo, la política y el poder se juegan cotidianamente en los informativos.

Este texto intentará pensar a la televisión como estrategia para la formación de la opinión pública, sobre todo en épocas electorales. El argumento que se quiere sostener es que Uribe no fue vendido como un personaje del *marketing* sino como un héroe melodramático que se contó noche a noche en los noticieros de televisión, de a poco a poco hasta ganar el corazón de electorado; la *tele-política* actuó, no en la ficción, sino en lo más real: la producción de la información; información-realidad que construyó una auténtica historia de ficción. Para describir este argumento se seguirá la siguiente ruta: primero, se describen los modos de hacer la información en televisión; segundo, se reflexiona sobre la relación entre televisión y política; tercero, se construye la relación entre televisión informativa y política colombiana; cuarto, se analiza la acción de la televisión en las elecciones del año 2002; y quinto, se presentan escenarios desde dónde pensar la relación televisión y política.

## I. Los modos de hacer de la televisión informativa

La televisión es el lugar donde la mayor parte de los colombianos obtienen información sobre el devenir de lo público y cómo se construye la realidad social. ¿Se está bien informados? Según los expertos en opinión y los académicos, no. ¿Cómo es esta infor-

mación? En un informe especial de la *Revista Número*<sup>2</sup> sobre el país de los medios de comunicación se concluyó que mientras no haya un sentido de país y un proyecto colectivo de nación para el acto de informar va a ser muy difícil encontrarle un valor social a la información. El país representado se caracteriza por *balas, goles y kolas*, y una espectacularidad escandalosa que anula la reflexión, según el escritor Héctor Abad Faciolince. La corresponsal del diario *El Mundo* de España, Salud Hernández-Mora, afirma que al país y a los medios les falta autocrítica ya que se cae en un patriotismo sin sentido y no se ha contribuido a modernizar al país, ni a construir un pensamiento crítico, ni a combatir la farsa de lo *light*. Los colombianos no estamos ni bien informados, ni bien representados, porque los medios de comunicación privilegian a los actores sociales violentos por encima de los pacíficos y la vida social del país es muy estrecha: sólo deporte, guerra, políticos oficiosos y moda. La información televisiva se critica por:

- su visión guerrista del conflicto;
- su afán sensacionalista que no promueve visiones más diversas de sociedad;
- la ausencia de contextos informativos y de investigación para la construcción del sentido social;
- la proliferación de datos sin confirmar como resultado de la práctica de la “chiva”;
- trabajar con base en una sola fuente de información sin buscar la confrontación de ideas e interpretaciones;
- el ignorar el otro país, el de las víctimas, el que trabaja y construye colectivo;
- informar sin buscar visiones más amplias de realidad, ni diversidad de actores e ideas;
- la falta de agenda de futuro;

<sup>1</sup> Martín-Barbero, Jesús, “Hay mucho más dramatizado que en los noticieros de televisión”, *Revista Gaceta*, No. 47, junio-diciembre, 2000, pp. 8-13.

<sup>2</sup> Dossier “El país de los medios de comunicación”, *Revista Número*, No. 29, junio-agosto, 2001.

— la ausencia de proyecto ético y colectivo de país;

— el afán de protagonismo de los periodistas y los canales;

— el olvido de otros géneros periodísticos como son la crónica, el reportaje, el informe especial.

Así mismo, hay que llamar la atención en, por lo menos, tres prácticas mediáticas que terminan por afectar la construcción de una opinión pública más deliberante, argumentada, diversificada y colectiva:

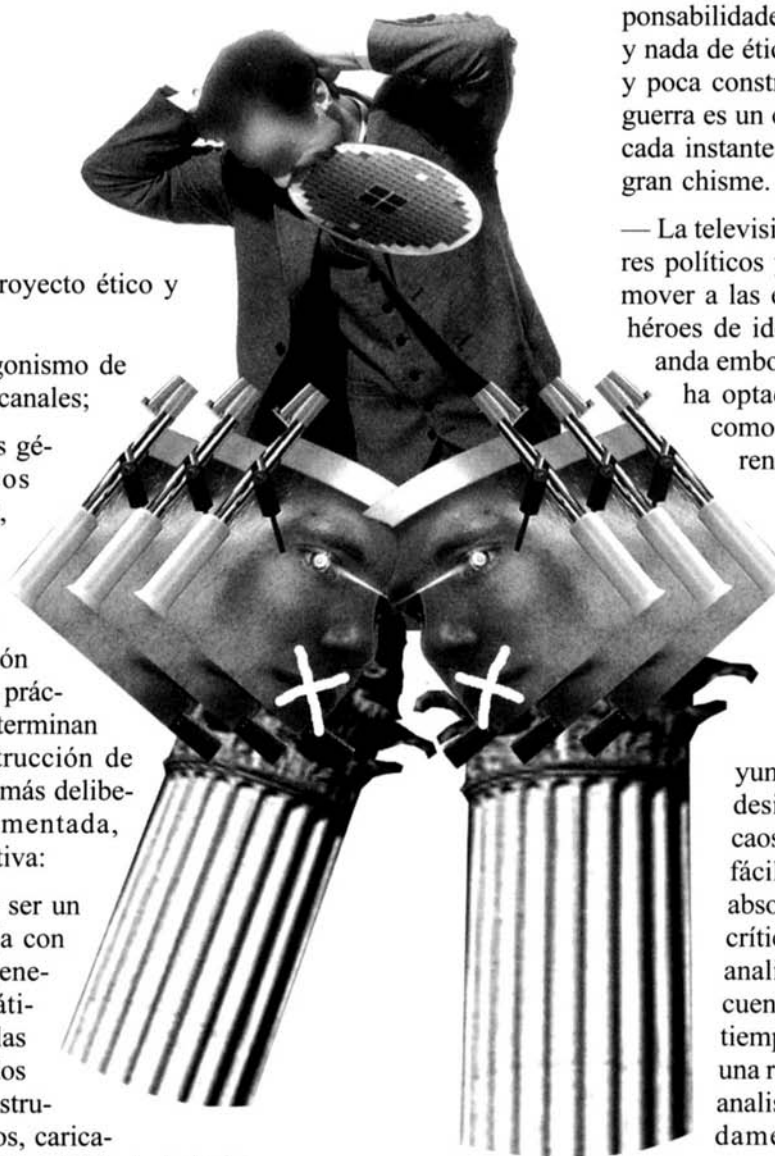
— La televisión por ser un medio masivo trabaja con base en imágenes generales sobre las temáticas, las realidades y las personas; así, casi todos sus mensajes se construyen sobre estereotipos, caricaturas, generalidades que dejan de lado los matices, ambigüedades y sutilezas de toda vida y toda realidad<sup>3</sup>. Esta estrategia televisiva produce una “inteligencia televisiva” desde la cual la mayor parte de la sociedad comprende, explica y asigna sentido a la vida. Este modelo de comprensión de la realidad promueve que es mejor aparentar que ser, mejor ser verosímil a verdadero y que la televisión tiene la razón.

— La televisión al informar en la estructura narrativa del chisme evita la conversación pública: la televisión informativa ha llegado a construir sus informes siguiendo la lógica del chisme: hechos y declaraciones sin confirmar, sin contexto, sin propuesta de re-

flexión, sin interés público. Nadie asume responsabilidades; la política son puros chismes y nada de ética; la vida nacional es chismes y poca construcción social y ciudadana; la guerra es un chisme colectivo desmentido a cada instante. Colombia termina siendo un gran chisme.

— La televisión ha deslegitimado a los líderes políticos y a los intelectuales para promover a las estrellas de la farándula como héroes de identidad. Ante una nación que anda embolada de sentido, la televisión ha optado por los héroes mediáticos como estrategia para construir referentes comunes y conectar país.

Estas críticas, validadas en la experiencia de ser informados por la tele colombiana, sin embargo no tienen en cuenta las condiciones de producción de las noticias: los periodistas trabajan y producen sentido sobre la coyuntura, con fuentes que intentan desinformar, en una situación de caos donde la manipulación es muy fácil de realizar y con una realidad absolutamente incomprensible. Las críticas parecen frágiles cuando se analiza que los periodistas se encuentran cubriendo hora a hora, sin tiempo para la pausa ni la reflexión, una realidad caótica a la que ningún analista ha podido explicar adecuadamente. Como muy bien lo diagnóstica Bourdieu<sup>4</sup>, en la televisión hay que producir pensamiento sobre la velocidad, y en esas condiciones es imposible pensar, nadie es capaz de hacerlo,



<sup>3</sup> (Un joven televisivo sólo es jerga, moda y griterío; tiene dos variantes: gomelo o pandillero. Un maestro sólo es saber y normas; tiene dos posibilidades: estricto jurásico o sensible cercano. Una mujer es sólo cuerpo, seducción y afecto; tiene dos tentaciones: pura o pervertida. La política está hecha no de argumentos sino personas de corruptos/congresistas y eficientes/no políticos).

<sup>4</sup> Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1996.



entonces hay que hacerlo “mediante ideas preconcebidas y mediante tópicos”, por lo tanto “abunda el número de *fast thinkers* que proponen *fast food* cultural, alimento cultural predigerido (...) pensamiento desechable”<sup>5</sup>. Hay que comprender, también, que la noticia y la política se hacen con base en hechos, y la actualidad colombiana son las violencias y las corrupciones; por lo tanto, hay que informar y construir el discurso político sobre esta base del sinsentido.

En este contexto, acusar a los periodistas por incompetentes en el asignar sentido y construir escenarios sociales es apuntar al más débil y público de todos los actores. La acusación a los informativos responde más a la frustración que politólogos, antropólogos, sociólogos o todólogos sienten al no poder construir modelos de sentido para esta Colombia del caos. Se podría decir que los informativos son, solamente, el espejo que muestran la deformación del proyecto político que habita nuestra sociedad y que el hecho de que los periodistas se hayan convertido en los formadores privilegiados de la opinión pública ha llevado a que los modos de hacer política pierdan su densidad pero ganen un escenario espectacular de visibilización.

## II. Modos de producir la *tele-política*

“Los medios de comunicación son el nuevo lugar de la política y el nuevo escenario de la economía”, se dice por ahí. La televisión pasó de ser un medio donde se “representaba” la política de argumentos y partidos, a ser “el lugar de la política del simulacro”. La política “representada” en televisión pasó de contar a los partidos, los programas políticos, las diferencias programáticas entre candidatos, a convertirse en “lugar de visibilización” de la persona privada, sus gustos y preferencias individuales.

El impacto de la televisión sobre la política ha sido analizado críticamente por estudiosos de las ciencias políticas como el ya famoso Giovanni Sartori,<sup>6</sup> quien afirma que la televisión empobrece el debate político en

cuanto destrona los llamados líderes intermedios de opinión como autoridades cognitivas para la argumentación social; convierte a la política en el reino de los sondeos de opinión, los referendos, las estadísticas que reflejan las voces débiles y volátiles mas no representativas de la sociedad; privilegia las campañas políticas basadas en el ataque, la excentricidad y la agresividad. A esta forma de hacer la política se le denomina *video-política* o *tele-política* o los modos como la televisión incide electoralmente, en el modo de gobierno, en la *agenda setting* y en los criterios para valorar lo socialmente válido.

Para hacer efectiva la *tele-política*, un candidato debe ser diseñado como un producto que ofrece ciertos beneficios pero sobre todo que tiene una personalidad, una identidad, una marca, un estilo de vida del cual el comprador/elector puede participar con su consumo/voto. El candidato es un producto, el elector un consumidor; no se prometen programas, no se convoca desde los partidos, no se busca al ciudadano; sólo interesa el elector como consumidor de un producto-imagen-individuo. Los candidatos son una ‘marca’ que debe ser reconocida y que necesita ser vendida al público-elector. Horacio Serpa creó una personalidad cercana a los temas sociales, Noemí Sanín se creó como una marca de independencia política y empleo, Lucho Garzón construyó la imagen del diálogo y lo cotidiano y Álvaro Uribe Vélez encontró estilo de vida en la autoridad y el orden.

Al proceso por el cual un candidato se convierte en una imagen o producto para ser consumido se le ha dado el nombre de *marketing político* y trata de la manipulación de toda la estrategia política con el único propósito de ganar unas elecciones. El diseño de un candidato y su puesta en exhibición en

<sup>5</sup> Dossier, “El país de los medios de comunicación”, *Revista Número*, No. 29, junio-agosto 2001. Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1996, pp. 40 y 49.

<sup>6</sup> Sartori, Giovanni, *Homo videns, la sociedad teledirigida*, México, Taurus, 1998.

televisión y los medios se hizo necesaria en Colombia por razones de seguridad, ya que los candidatos se vieron obligados a reemplazar la plaza pública por otro tipo de escenarios que les permitiera darse a conocer. La televisión se convirtió, entonces, en la principal tribuna de los candidatos y su mejor estrategia para proyectar su imagen, potenciar sus cualidades y minimizar sus defectos.

Que la televisión hayan *lightificado* la acción política tiene como contextos explicativos aspectos como:

— Los medios ya no son sólo empresas periodísticas sino conglomerados económicos, que están interesados en hacer rentable su inversión y que por lo tanto han descubierto que el debate político no tiene *rating*. Así mismo, la decisión es no comprometer los negocios del conglomerado dueño a través de una opinión política. El resultado es unos medios de comunicación sin debate ni conflicto, siempre a media agua entre lo entretenido para el público y lo necesario para el negocio.

— La sociedad asiste a una crisis de representatividad por parte de los partidos políticos y sus líderes; las viejas formas de convocar a la sociedad están en crisis; las ideologías andan refundidas en los estilos de vida; la ciudadanía no se siente parte de un proyecto de partido.

— La gobernabilidad se ha deteriorado por las enormes crisis de ética pública, acción social y generalización de la exclusión y la pobreza. Estos hechos ha llevado a que se gobierne más para la imagen y las encuestas que para la realidad.

— El periodismo ha dejado de ser un oficio autónomo e independiente, ya que “lo informable” se controla a través del *lobbying*, la pauta publicitaria y la judicialización de la actividad del periodista.

— La situación de violencia del país ha llevado a que por seguridad los encuentros pú-

blicos con los diversos electores sean imposibles; por lo tanto, la política se hace en las pantallas.

— La realidad es desesperante, se sobrevive con angustia porque no se sabe qué va a pasar al día siguiente; los referentes culturales se han perdido o son efímeros; la política aburre. Por lo tanto, se requieren más que ideas, realidades seductoras.

— El periodismo, más que una acción simbólica para informar a la sociedad, se ha convertido en una acción pública para incidir en la toma de decisiones del poder.

El impacto sobre la política de la acción televisiva se puede describir en aspectos como:

— La política en la televisión ha perdido su espesor y densidad; se ha personalizado por encima de los partidos políticos.

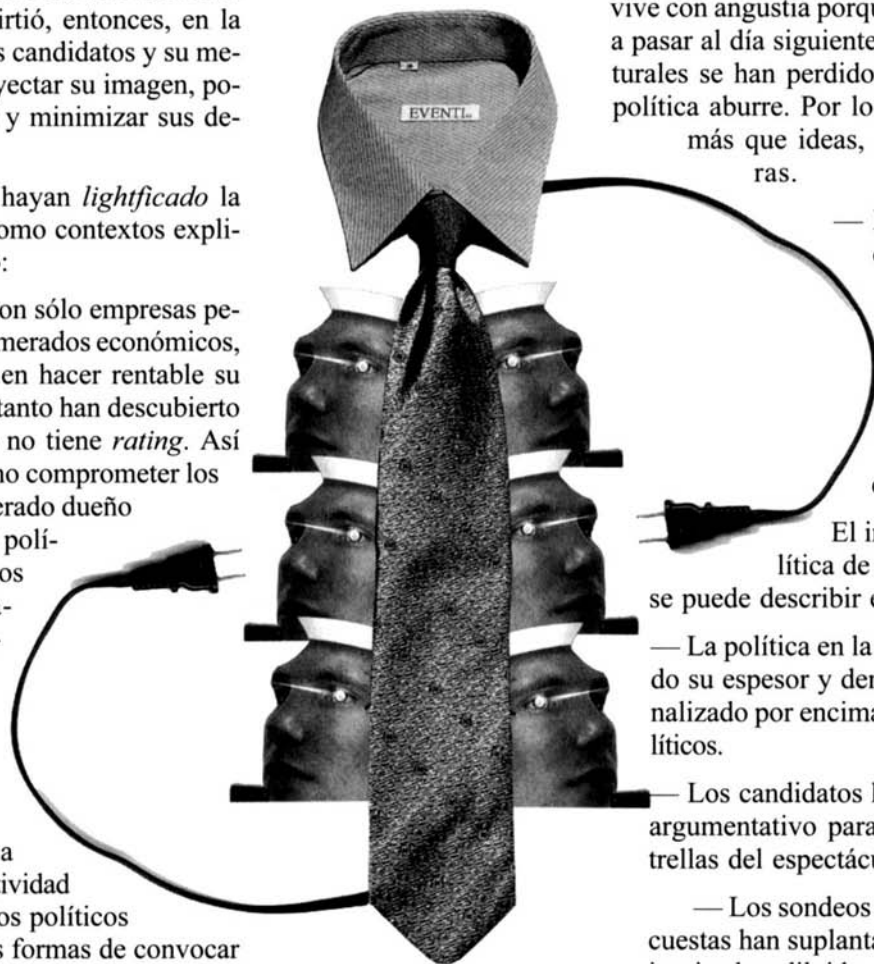
— Los candidatos han dejado su lugar argumentativo para convertirse en estrellas del espectáculo.

— Los sondeos de opinión y las encuestas han suplantado, o por lo menos ironizado y diluido, las ideas.

— Las campañas políticas se han convertido en un concurso o carrera de caballos que se produce a través de eventos mediáticos y se mide por aceptación en las encuestas.

— El voto es una acción cada vez menos racional y más afectiva; el voto es otra forma del *rating*.

— La política en televisión pasa menos por los programas de debate y se hace más en los magazines, en los programas de humor y en las entrevistas sobre lo humano privado. “La política transita por los noticieros, los programas de opinión, los debates políticos, y hasta por el melodrama. Con varios puntos a su favor: la masividad, la



Collage de Mauricio Suárez Acosta



atracción que ejerce sobre una gran cantidad de personas, entre ellos los marginales de la escritura y la escuela, la capacidad de reiteración y la economía simbólica de sus mensajes”<sup>7</sup>.

En general, la *tele-política*, convierte a la política en un asunto emotivo y de racionalidad débil donde hay muy poco para comprender, se carece de opiniones propias y se nota la ausencia de proyectos colectivos diferenciados. La *tele-política* se ha asumido como un empobrecimiento de la política, las ideas, los partidos, los programas y los referentes colectivos; sin embargo, también expresa una posibilidad para hacer la política desde una perspectiva innovadora en las maneras nuevas de construir lo público al reconocer a la televisión como espacio donde la sociedad civil se expresa en su búsqueda de visibilidad y reconocimiento<sup>8</sup>. “La televisión no ha eliminado las figuras ni los lugares clásicos de la política, pues se sigue necesitando de políticos, gobiernos, elecciones, líderes de opinión, partidos, ceremonias populares de visibilización. Sólo que la televisión todo lo que toca lo reconvierte a su estilo concreto, afectivo, estético, rápido y espectacular de comunicación; lo cual ha llevado a pensar que la política ha perdido su densidad y pensamiento, cuando lo cierto es que los elementos de la política han sido transformados y extendidos por la televisión”<sup>9</sup>. La televisión no ha destronado a la viejo-política porque “los populismos no televisivos siguen teniendo representatividad, el clientelismo sigue gobernando, el descaro ante el escarnio público en la pantalla sigue sin afectar a los reyes de la corrupción”<sup>10</sup>.

El juego televisivo que se ha tomado a la política consiste en simplificar la argumentación política y reducir la esfera pública a un concurso de estereotipos; se ha llegado a confundir la simplificación de los debates y las ideas con la simplificación de la resolución de los problemas sociales. Gracias a la tele-política, los televidentes llegan a creer que todo se solucionaría de manera simplista, por eso se asiste a momentos de gran euforia y periodos muy largos de gran decepción. Ciertamente, los problemas sociales y políticos son más complejos que como

los dicen en televisión. La falta de *rating* de la política y la ausencia de compromiso mediático de la información se debe al desprestigio de la política y los políticos; esta verdad, sin embargo, no anula la pregunta por la responsabilidad social y el papel de vínculo colectivo que deberían cumplir los medios, y la función de espejo social y de credibilidad de la información.

Ante este escenario la sociedad en su conjunto, los mismos periodistas, los académicos, los partidos políticos, los ciudadanos, están cuestionando el exceso de estas tendencias de simplificación del discurso político, del excesivo poder de los grupos de propiedad de los medios, y de las débiles e incoherentes prácticas periodísticas.

### III. La televisión colombiana y la política

La pluralidad informativa ha sido vista históricamente como un elemento vital para la democracia colombiana. Hasta la aparición de los canales privados este pluralismo se entendió como la presencia de los diversos intereses partidarios en la propiedad de los informativos, y el gobierno de turno asignaba la distribución de horarios y propiedad de los mismos bajo un criterio de equilibrio entre partidos. Se creó como tendencia que los “hijos del poder” fueran quienes informarían. Así, el Partido Conservador se encontraba representado por 24 horas (Casa Gómez), TV Hoy (Casa Pastrana); Noticiero de las siete (Casa López); Criptón (Casa Turbay); Nacional (Liberal); TeleNoticiero

<sup>7</sup> Rey, Germán, en Rincón, Omar (comp.), *La televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Bogotá, Fes-Secab, 2001, p. 93.

<sup>8</sup> Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa, 1999, pp. 69.

<sup>9</sup> Rincón, Omar. *Televisión, video y subjetividad*. Buenos Aires, Norma, 2002, p. 35.

<sup>10</sup> Rincón, Omar, *Televisión, video y subjetividad*, Buenos Aires, Norma, 2002, p. 36.



del Mediodía (Casa Galán). En el gobierno Gaviria (1990-1994) se buscó cambiar con esta tendencia y se otorgaron tres informativos a grupos de periodistas: NTC (Daniel Coronell), QAP (María Elvira Samper y María Isabel Rueda) y CM& (Yamid Amat); en este gobierno, también, ingresó un nuevo actor político, el reinsertado M-19, a hacer parte de la información (AM/PM). El gobierno Samper (1994-1998) fue el último en asignar espacios informativos, en ese momento se castigó el tono crítico de QAP y AM/PM y se determinó que no serían más concesionarios autorizados para informar; en su reemplazo ingresaron dos informativos (Uninoticias y Hora Cero) como representantes del pensamiento Samper, así mismo se le asignó el mejor horario a otro informativo cercano al gobierno (En Vivo). Bajo este modelo se fomentó una diversidad de miradas y exclusiones sobre la realidad de acuerdo al lugar político desde donde se informaba. Las diferencias pasan por el enfoque editorial, la línea política o la intención detrás del director. Al comienzo del gobierno Pastrana (1998-1999) y antes que llegara la crisis del modelo de televisión colombiano (2000) todavía existía el último suspiro de este modelo de ejercicio de la “pluralidad informativa”, por ejemplo, en el fin de semana existían cinco enfoques:

**La visión industrial (¿sin partido?):** Caracol y RCN se clonan (informan lo mismo y desde las mismas perspectivas), presentan fútbol y orden público. La búsqueda del *rating* es la idea matriz. Toda la realidad: goles, directos desde las violencias de este país y algunas fiestas exóticas o desnudos sin imaginación.

**La visión explicativa / (¿hacia la izquierda?):** Uninoticias se atreve a analizar, contextualizar, investigar y comprender; busca en los hechos las historias, intenta investigar y contextualizar lo sucedido; su inten-



Collage de Mauricio Suárez Acosta

ción es comprender para explicar, encontrar marcos de interpretación y acción sobre la realidad. La realidad nacional resultante es confusa porque está llena de inestabilidades, desórdenes y exclusiones.

**La visión gobiernista / pastranismo (¿conservador?):** TV Hoy alaba a su jefe, lo engrandece y hace ver el país como una comunidad de sentido guiada por el líder Andrés; presenta sus palabras, inauguraciones, pensamientos, virtudes, ganancias. Puro gobiernismo. La realidad nacional es la de un país de las maravillas.

**La visión anti gobiernista / samperista (¿liberal?):** Hora Cero critica al gobierno Pastrana por su estilo *light* y su afición neoliberal; sus fuentes informativas son los críticos del gobierno; se editorializa en los textos de los presentadores; se ataca a los ricos y se pretende defender a los pobres. La realidad nacional es de un país en caos y sin sentido.

**La visión periodística / denuncia (¿sin partido?):** NTC busca la mejor sensación, lo más extraordinario, lo más espectacular; lo extraordinario como criterio de noticia; quiere impactar afectivamente a la audiencia. La realidad nacional está hecha de eventos, situaciones y personajes alucinantes.

La producción de la información siempre estará determinada por intereses (que se convierten en posibles autocensuras) económicos, ideológicos, personales, tecnológicos y periodísticos. En este contexto, que un informativo fiscalice la acción del gobierno es un acto periodístico válido, que otro defienda la gestión del gobernante es otro punto necesario de enfoque de la realidad, que uno más quiera impactar afectivamente la audiencia, no tiene nada de malo. Lo problemático son los criterios con los que se construye “lo informable”, los modos como se incluye y excluye visiones de la realidad. Detrás de cada noticiero existía un interés, una agenda escondida, un jefe político a quién servir.



Este modelo de la pluralidad informativa, basada en la propiedad del dispositivo de producción de información desde criterios de orientación política, podría decirse que es mejor que el que existe ahora, que se guía por el reinado del *rating* y los intereses de los grupos económicos. En ese entonces, había diversidad de intereses en juego pero esto no implicaba que la opinión pública estuviese mejor informada. Esta aplicación de la "pluralidad informativa" siempre fue controvertida porque la propiedad no determina que ésta exista, ya que la pluralidad es un criterio que se debe hacer evidente en las prácticas de información, las perspectivas del informar, las agendas de lo informable, los géneros para narrar la realidad, los actores sociales representados. Tanto en ese tiempo como ahora queda demostrado que la información no es libre (o sea, responsable, autónoma, independiente); lo que ha existido es la libertad de empresa, la defensa de lo institucional, el interés de un pequeño grupo de elegidos por controlar el poder.

El mayor cambio entre el modelo de información presente en la televisión y el de antes de la llegada de los canales privados ha sido la disminución de noticieros, la homogeneización de la información entre los dos canales privados y, según Daniel Coronel, director de *Noticias Uno*, que por tecnología, legislación y manejo de la programación antes la televisión narraba el pasado ya que llegaba tarde a los hechos y contaba historias que ya habían sucedido, su perfil era la pausa y su fuerza estaba en la edición no en la emisión; el centro de la información era la radio. Ahora, se privilegia narrar el presente, informar en directo, tener inmediatez, brindar las imágenes de la actualidad en el acto; el centro de la información es la televisión. Este cambio de estilo llevó a la televisión informativa al centro de la escena política.

#### IV. Elecciones y televisión Colombia 2002

La novedad de la campaña presidencial 2002 es que por su centralidad informativa y por la seguridad de los candidatos, la tele-

visión se convirtió en el escenario prioritario de campañas. Los debates entre candidatos estuvieron por fuera de la agenda, sólo hubo uno que lo realizaron City TV y RCN, y el fogueo periodístico de Caracol. Las campañas publicitarias aportaron muy poco y decidieron nada. Los asesores mediáticos, los dioses del *marketing* político aparentemente fracasaron porque su mejor producto Noemí, fue convertida en poco creíble y nada verosímil, y la campaña más clásica, más imitativa de los tiempos de las banderas y la promesa de orden y unidad ganó. Televisivamente fue una campaña muy fácil para Uribe y Garzón por tener estilos diferenciados, posiciones claras que no variaron a lo largo del tiempo; Noemí y Serpa aparecieron poco convincentes por la maleabilidad de sus posiciones frente a los grandes temas a lo largo de la campaña. El escenario de las campañas 2002 y su presencia televisiva se puede describir en cuatro ámbitos:

##### *i. Se ve la T.V. pero no se cree que es tan importante a la hora de votar*

¿Qué tan importante es para usted la información de un medio de comunicación para decidir por cuál candidato a la presidencia votar? Noticieros de televisión 69%, periódicos, 66%, Noticieros de radio 62%, Columnistas 58%, Revistas de actualidad 57%. / Pensando en la publicidad de los candidatos califique de 1 a 5, donde 1 es nada y 5 es mucho, ¿qué tanto esa publicidad lo convence a votar por ese candidato? Uribe Vélez 2,96%, Serpa 2,71%, Garzón 2,42%, Sanín 2,35%. (Encuesta realizada por Napoleón Franco & Cia para *El Tiempo*, *Semana*, *RCN televisión y radio*, realizada del 18 al 23 de abril, 2002)

##### *ii. La publicidad televisiva de los candidatos vende personas, no programas*

En Horacio Serpa, con el puño en alto arrancando con fuerza de atrás hacia delante, remedando el mamola de Gaitán, figura un anacronismo. Su tiempo es el pasado (...) Noemí Sanín, con sus brazos abiertos que alza de abajo hacia arriba, llamando a la felicidad momentánea, al aplauso, rematando



con la V de victoria, indica un triunfalismo. Su tiempo, el presente evanescente (...) Luis Eduardo Garzón se me viene a la cabeza imaginarlo con las manos en los bolsillos. Desparpajado y fresco. Su tiempo, el presente-pasado. (...) El general [r] Harold Bedoya, en toda su gestualidad torpe. Su tiempo, el pasado pluscuamperfecto. (...) Ingrid Betancourt se recuerda con manos manoteando y pidiendo cuentas. Sus gestos son frontales y desafiantes. Su tiempo, el futuro hipotético. (...) Álvaro Uribe se lleva la mano al corazón y auncuando algunos ven que se puede abrir para señalar el orden nazi, su mano se conecta con palabras coloquiales y espontáneas. Su tiempo, el futuro posible (Armando Silva, "Las manos de los candidatos", *El Tiempo*, Mayo 18, 2002, p. 1-5)

### iii. La seguridad llevó las campañas a la pantalla

"Por razones de seguridad, el candidato presidencial Álvaro Uribe se vio precisado a cancelar el viaje que tenía previsto a Cartagena y por ese motivo realizó una teleconferencia con nueve ciudades y 11 universidades" (*El Tiempo*, Mayo 18, 2002, p. 1-6)

### iv. Espectáculo más que ideas

A los presidentes en Colombia se les olvidó gobernar, en parte porque sus campañas electorales dependieron más del montaje de un espectáculo (...) Los medios perturban porque contribuyen a poner los énfasis en los lugares equivocados. A cambio de una formulación estudiada sobre la distribución de los ingresos, por ejemplo, le sugieren al candidato, elegido por la encuesta, *que hable como presidente* (Fernando Estrada Gallego, "¿Qué elige a un presidente?", *Lecturas Dominicales, El Tiempo*, febrero 10, 2002)



Collage de Mauricio Suárez A.

El espectáculo, la publicidad, los debates y todo el diseño de la personalidad de cada candidato mostraron una tendencia clara: los electores confirmaban que su candidato era el mejor, así Uribe siempre salía ganador en su campaña publicitaria y en los debates, le seguían Serpa, Garzón y Noemí. Así, el *marketing* sirvió para refrendar a los candidatos contruidos por el elector, mas no para marcar diferencia. Si por las piezas publicitarias fuese, Noemí y Garzón deberían haber obtenido muy buenos votos en la recta final, porque sus mensajes fueron sugerentes, contundentes y propositivos. Noemí atacaba los problemas fundamentales del país con ideas y decisión, Garzón se mostraba como un buen tipo con buenas ideas y en un ámbito conciliador. Pero no fue así, Uribe certificó con sus piezas publicitarias que era siempre el mismo, tenía un mensaje nacionalista de unidad, orden, autoridad y trabajo que fue refrendado con su mensaje televisivo de subir la montaña siguiendo ordenadamente una bandera para encontrar unidad frente al desorden nacional, mientras una música marcial certificaba que su propuesta era cercana a las campañas nacionalistas de la Europa fascista. Serpa buscó en su pasado popular, documentó que era un hombre que viene de abajo y con una efectiva hoja de vida política... pero ese no era el candidato que se esperaba, se quería uno de unidad, fuerza y orden. Entonces, no fue una campaña de espectáculo, ni de eficiencia cosmética.

La incidencia del *marketing* político en la decisión de voto de los electores se ha dado como un hecho, aunque no es tan evidente. En esta campaña 2002 solo Uribe y Garzón lograron ganar adeptos vía televisión gracias a tener carácter y un mensaje coherente y diferenciado; Noemí Sanín y Horacio Serpa demostraron que por adaptarse al mercado de los sentimientos colectivos traicionaron sus ideas y principios en busca de un oportunismo electoral, y fracasaron. La *tele-política* si funcionó pero en otro ámbito, uno más cotidiano, uno más difícil para diseñar... ese de la televisión informativa, esa que ven 89% de los colombianos, y que hizo que un señor que en el 2001 fuera poco conocido, ya que



mientras Serpa contaba con un 95 por ciento y Noemí un 89 por ciento, Uribe sólo tenía un 64 por ciento, pasó a ser el primer candidato que gana en la primera vuelta la Presidencia de la República. ¿Cómo fue posible? A través de seis estrategias contadas por los informativos de televisión, él es el presidente creado noche a noche, poco a poco, informe a informe:

1) Uribe, en su persona y su única idea de orden, autoridad, unidad y trabajo, contenía la fórmula eslogan para vender cotidianamente y ser comprada masivamente en pequeños informes cada noche: “Como candidato Uribe Vélez tiene la ventaja de ser claro, corto y puntual en sus declaraciones. Su mensaje político, basado en la autoridad y el orden, es contundente en un país donde se tiene la sensación de que nadie respeta nada y que lo que hace falta es alguien con pantalones que tire línea”.<sup>11</sup>

2) La campaña Uribe tuvo consistencia dramática y presencia mediática constante ya que encontró un universo narrativo donde marcaba diferencia: la zona del Caguán y el proceso de negociación del gobierno Pastrana con las Farc-Ep. Este escenario se mantuvo durante toda la campaña, producía información diaria, y en él aparecía un personaje (Uribe) que se distinguía por ser puro, tener coherencia y ser una alternativa para salvar a ese hombre equivocado (Pastrana/Colombia) de las garras del villano (Farc-Ep). Colombia, la equivocada, estaba enamorada y dispuesta redimirse con el bello puro (Uribe).

3) En una campaña (telenovela) larga y aburrida se requiere de un momento especial que cambie narrativamente la historia, un *turning point* que llaman los guionistas de cine y T.V., ese punto que cambió la historia del país y la campaña fue el rompimiento del proceso de negociación con las Farc-Ep. Una vez este movimiento subversivo entró en su estrategia de guerra y cinismo, el gobierno Pastrana se fue del libreto y apareció Uribe como el héroe salvador.

4) Pero, ¿cómo nos enteramos de esta narrativa donde sólo uno era el héroe que podría salvar a Colombia? Los noticieros de

televisión de cada noche establecieron muy claramente la dramaturgia de este melodrama: el villano (Farc-Ep) no quiere a la víctima (la Colombia buena), el héroe vivía equivocado (Pastrana) y no lograba atinar en sus estrategias para ganarse el corazón de la víctima, resultando un remedo de galán; entonces aparecen cuatro prometedores “buenos” para salvar la víctima y llegar al *happy end*: uno era pueblerino, poco agraciado, de mal hablar y sobre todo cambiaba con el clima; otra era pretenciosa decía que sabía mucho pero no se le entendía y al final su amor no se comprendió porque su actuación parecía muy libreteada; otro sólo era un personaje secundario, esos que le ponen humor y picante al melodrama, una especie de “Mirando”; pero había uno que era serio, buen mozo a lo colombiano, tierno en su modo de hablar pero fuerte en su significado, claro en su propuesta de amor; desde el inicio le dijo a la víctima que la amaba, tal y como era, y que le prometía un paraíso algo problemático pero posible. De esa telenovela nos enteramos cada noche en los noticieros, salía todos los días en casi igualdad de tiempo que los otros, pero cada noche se enfatizaba su personalidad de salvador, hasta que el elector-consumidor emocionado votó por el final esperado.

5) El héroe tuvo ayudas fervientes por parte de la tradición oral, ya que cada mañana tenía dos evangelizadores que le hablaban al oído a ella, la víctima, la Colombia electoral... ellos construyeron su *club de fans* en FM, y él, el salvador, hablaba muy tierno y muy majo y muy espontáneo a través de Caracol AM. Los héroes se vuelven intocables porque crean una comunidad de sentimiento alrededor de él. Y Uribe lo construyó. Ese *club de fans* reaccionó virulento y apoyó a su héroe cuando un informativo, *Noticias Uno*, osó empañar su imagen, o cuando un columnista Garavito de *El Espectador* intentó recordarle su pasado. Un héroe no es su pasado sino su futuro. A un héroe no se molesta, se le ama y punto. El

<sup>11</sup> Revista *Semana*, “Marcas registradas”, No. 1004, noviembre 16, 2001.



elector-espectador gozó y se emocionó con la forma tan virulenta como el héroe rechazó a esos enemigos aparecidos de la nada y que querían trastornar su historia.

6) La historia contó con un seguimiento fino, enorme, contundente; su *rating* era medido en encuestas mensuales que indicaban que la historia que se estaba contando era buena, sugestiva, productiva y efectiva. Las encuestas se convirtieron en la guía del estado de esa comunidad emocional de televidentes que noche a noche veían a su héroe derrotar todos los obstáculos que podrían impedir ese amor imposible que comenzó sin mucha ilusión un año atrás.

El candidato Uribe, el ahora presidente Uribe, fue un hecho de la *tele-política*. Sí, pero de la más fina, no esa de comerciales y cosméticos, no esa de *marketing* y asesores (o tal vez de los mejores asesores del mundo, esos que no se hacen evidentes), sino de la televisión informativa, del mensaje cotidiano, del melodrama colombiano que anda en busca de reconocimiento, de saber quién es y que cada cuatro años apuesta a un nuevo héroe-puro. Y es que en la información es donde la televisión produce su mejor impacto de conciencia pública, es en la nota diaria donde la política se juega, es en los acontecimientos producidos donde la vida política se hace realidad. La política no es un asunto de programas, ni partidos, ni imágenes, es una actividad cotidiana que se construye sobre el devenir social. Y para eso la televisión informativa es contundente. Si no me creen toda esta historia, déjenme decirles que una amiga, joven, bella, de 23 años, educada en universidad privada, me contó el otro día que “ese hombre (Uribe) la transformaba, le fascinaba, le encantaba... que ella le creía todo... y que, es más, había llegado a soñar con él, no cualquier sueño, uno romántico”. Ese es nuestro héroe, ahí es donde la *tele-política* actúa, no en la ficción, sino en lo más real: la producción de la realidad, pero esa realidad es una historia de ficción. La información cada vez es más afectiva, emocional, seductiva; nace de lo real para crear ficción. La opinión pública es del mismo modo: afectiva, emocional y de actualidad; la opinión pública es una ficción.



Collage de Mauricio Suárez Acosta

## V. Último minuto

La televisión es un espejo de lo que somos en la realidad, porque a su vez es una de las pocas cosas que nos junta como colombianos, al establecer “la ficción” de los mismos puntos de referencia; la pantalla, aunque no muestra todas las culturas en sus mensajes, es la única “cultural nacional”, ya que todos vemos lo mismo y sus imágenes son de los pocos relatos comunes que tenemos como nación. Lo público se vivencia en la televisión, ya que la pantalla sirve de estrategia de visibilidad social a través de sus



discursos, narrativas, repertorios, dramaturgias, estrategias y prácticas de seducción. En este contexto, lo público y la política dejan de pensarse desde las prácticas y saberes estables del sentido, para imaginarse desde el flujo de las identidades, la velocidad de las estéticas, lo efímero de las informaciones. En medio de tanta inestabilidad política surge la necesidad de imaginar los valores y las éticas que orienten la formación de sentido y la construcción de lo colectivo en nuestras sociedades. Y Uribe fue el héroe de la estabilidad, el destino construido para encontrar un nuevo país, contado en dramaturgia de melodrama y por entregas de noticieros, imaginado en la seducción del orden y la unidad y comunicado con la fuerza de su reiterado mensaje y de una nueva ética.

Sólo nos queda imaginarnos una *telepolítica* que interpele al ciudadano más que al consumidor; que sea escenario del diálogo nacional entre los diferentes; que recupere lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que hay en la política; que amplíe las posibilidades simbólicas para la construcción de ciudadanía, democracia y sociedad civil<sup>12</sup>.

Hay que preguntarse cómo desde la política se pueden inventar nuevas maneras de ser sociedad, construir la esperanza y soñar con ser mejores, nuevas formas de ser gozosamente públicos pero comunicativos, democráticos pero divertidos. Los informativos deben preguntarse por cuál es el proyecto de país en el cual se inscriben y cómo despliegan su responsabilidad en la construcción de escenarios simbólicos para la convivencia. Los periodistas deben hacer mejor su oficio de ofrecer modelos de comprensión de la realidad; los directores deben te-

ner mayor responsabilidad social, expresar una ética de convivencia y proponer una agenda de futuro.

A la política le toca inventarse una *nueva alfabetidad social* para leer esos otros modos de ser política; esa que se promete en la telenovela y el fútbol, esa de sujetos críticos con propuestas, que sugieren maneras diferentes de actualizar un relato melodramático o una estrategia de juego; de fútbol y telenovela sabemos, por eso nos sentimos con derecho a criticar y proponer... el día que sepamos tanto de democracia y de política como de fútbol y telenovelas, ese día estaremos ganados para la ciudadanía. Tal vez, la *telepolítica* con sus pasiones futboleras y dramaturgias melodramáticas nos lleve a ser mejores ciudadanos que se exigen más como actores de la democracia y que actúan en la toma de decisiones. La política deberá reconocer que la televisión convoca porque mezcla los gustos, los géneros, las estéticas; es lugar de expresión más que de representación; se establece como escenario del reconocimiento de las identidades; relaciona consumo con ciudadanía; es acontecimiento político al posibilitar acceso y visibilidad; es opinión pública, por afectiva que sea. La política tiene la tarea de hacer sentido y construir un horizonte de futuro; si no lo hace, la televisión será el reino de este mundo.

<sup>12</sup> Martín-Barbero, Rey y Rincón, "Televisión pública, cultural, de calidad", *Revista Gaceta*, No. 47, Bogotá, Ministerio de Cultura, 2000, p. 61.



Ana María Miralles C.  
Directora Grupo  
de Investigación en Comunicación Urbana  
Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín

# Medios y elecciones

## La fabricación del consenso

Ana María Miralles C.<sup>1</sup>

Quizás ninguna frase resume más nítidamente las relaciones entre medios y política, que la escrita por el ya desaparecido sociólogo francés Pierre Bourdieu cuando dijo que medios y periodistas suelen estar más interesados “por el juego y los jugadores que por lo que está en juego, más por las cuestiones de mera táctica política que por la sustancia de los debates”.<sup>2</sup> Particularmente, en época de elecciones importa todo menos el juego, es decir, los temas de agenda pública, los programas y propuestas que van a cambiar o no el panorama de los ciudadanos por los años que dure el personaje elegido o qué modelos de gobierno se pondrán en consideración de los votantes.

En cambio, tanto los jugadores, representados por los propios candidatos y sus asesores, como el juego, escenificado por las alianzas, adhesiones, estrategias de *marketing* político y en general todas las apariciones de los candidatos en el espacio público (mediático o no), significan lo más importante en el proceso de información electoral. Esto es así incluso desde antes de la centralidad de la televisión en el espacio público, a pesar de aquellos intelectuales radicales que le achacan el debilitamiento del debate público.<sup>3</sup>

Es frecuente en las críticas a los medios olvidar que no ha habido históricamente un momento ideal de debate público democrá-



tico: algunos, como la democracia griega, estuvieron marcados por la exclusión de buena parte de la población; el modelo liberal burgués dejó claramente por fuera a los no letrados (referente cultural dominante) y a los no propietarios; en la época del periodismo de opinión la agitación partidista fue fuerte pero excluyente y, en todo caso, lo común a estos modelos es que no hay un debate abierto al cuerpo electoral: el pueblo votante se mantiene en la ignorancia, bajo los efectos de la manipulación, con información deficiente y guiados por los que sí saben qué le conviene al pueblo.

La debilidad del debate público tiene, pues, antecedentes históricos que revelan cómo la extensión del sufragio universal no tuvo su correspondencia en el terreno de la información, que siendo masiva y cotidiana desde mediados del siglo XIX, no incorporó a las masas al conocimiento de lo público. En ese sentido, el ingreso de la radio y después de la televisión al espacio público no hizo sino revelar aún más las agu-



das contradicciones de un sistema informativo que no resuelve bien el reto de hacer pedagogía política para lo que D. Wolton ha llamado “el gran público”.

Pero para situar el debate en sus justos términos es preciso reconocer que de esa debilidad es responsable también la propia esfera política, y que aun en las discusiones actuales sobre la mediatización de lo político que a veces pasa por su negación, los actores se han prestado al juego vaciándolo de sentido.

Las elecciones han sido identificadas como el momento por excelencia de la democracia. Sin embargo, como lo recuerda Sartori, suelen señalar solamente quién va a gobernar y no sobre qué va a gobernar, es decir, desde el punto de vista procedimental no permiten el establecimiento de los temas. Una verdadera opinión pública extiende la deliberación a los asuntos y es por eso que la promoción del debate de ideas y programas alrededor de los cuales se articula la votación del elector funciona en una lógica demasiado diferente a la de las estrategias del *marketing* político que venden los candidatos como productos. Una opinión pública autónoma, bien informada y tal vez activa es lo que está en juego.

En esta línea es importante recordar la gran autocrítica que dio inicio al periodismo público en Estados Unidos, con ocasión de las elecciones presidenciales de 1988, en la que los periodistas terminan reflexionando sobre la responsabilidad de su trabajo en el debilitamiento del debate público. Intentando revertir esa tendencia, el periodismo público se propuso cambiar completamente la perspectiva, dándole más relevancia al debate y a la inclusión del votante en él. Por eso el lema de la información electoral es a partir de entonces para muchos medios el de pasar de los temas de campaña a los temas de gobierno, con la intención de quitarle presencia a las estrategias publicitarias que tienden a banalizar y hacer que se diluya el debate. Se coloca al votante como un actor de la discusión para articular el quién y el sobre qué va a gobernar. Es realmente un reto por lo complejo de la información electoral y la maraña de intereses periodísticos y

políticos que entran en juego y que tanto pesan en los medios. Información para la participación, temas de agenda pública de gobierno —al margen de la rentabilidad electoral— y debate entre candidatos, ciudadanos y periodistas, constituyen los ejes de esta perspectiva.

Desde el punto de vista de los estudios de la comunicación política, cuyo origen sitúa Touraine a partir de la crisis de la representación política en la década de los 50, pero de la cual sus manifestaciones concretas se presentan a partir de la década de los años 70, se ha encuadrado un campo de críticas e investigaciones en las siguientes líneas:

— Fenómenos concretos de mediación política que son conocidos comúnmente como mediatización de la política.

— Técnicas utilizadas en el *marketing* político y sondeos.

— Disciplina de investigación teórica que hace parte del campo de la comunicación.

En el presente análisis nos centraremos en la mediatización de la política desde el punto de vista de lo hecho por nuestros medios de comunicación en la última campaña electoral.

<sup>1</sup> Asistentes de investigación: Natalia Correa y Marta Ligia Gómez. Fue gracias a la Comisión Nacional de Televisión que el equipo de investigación logró conseguir la mayor parte de la muestra de noticieros de Caracol y RCN para la realización de este análisis que se efectuó así: Semana 1: 11 a 22 de febrero; Semana 2: 8 a 19 de abril; Semana 3: 13 a 25 de mayo. Todos del año 2002. Igualmente, se analizaron tres semanas en *El Tiempo* y *El Colombiano*: una de febrero, una de abril y una de mayo.

<sup>2</sup> Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Anagrama, 1997, p. 129.

<sup>3</sup> Entre ellos Neal Postman, “Amusing ourselves to death”, *Homo videns* de Giovanni Sartori y el propio Bourdieu en algunos pasajes de *Sobre la Televisión*.

## Las elecciones de 2002 en Colombia

### *Territorio 1: La construcción de temas dominantes*

Una de las principales observaciones que se puede hacer sobre la información electoral en Colombia en los últimos años es la construcción mediática de los temas alrededor de los cuales gravita la intención de voto, ya que ni siquiera puede hablarse de debate en sentido estricto. No nos referimos al enfoque ya conocido de la agenda *setting*, creado por Maxwell y McCombs en 1972<sup>4</sup>, cuyo escenario ideal de verificación es el de las elecciones, al comprobarse en repetidos estudios en muy diversos países que los medios tienen poder de poner los temas y la jerarquización. Está claramente comprobado que este primer nivel funciona. En ese sentido las encuestas recogen lo que los medios dieron a las audiencias. Como se sabe, el segundo nivel tiene mucha discusión porque no está comprobada la influencia sobre las actitudes políticas y las opiniones.

Aquí nos referimos a que dentro de la gama de los temas de agenda los medios se enfocan en alguno de ellos de tal manera que se convierte en el asunto definitivo que va a pesar en las elecciones. Es lo que se denomina un tema fuerte o dominante. Y, ¿cómo se construye un tema dominante? Este es el eje de la teoría de **la espiral del silencio**, de la investigadora alemana Elisabeth Nöelle Neumann,<sup>5</sup> experta en encuestas de opinión. La base de esta teoría la constituye la conformidad frente a la opinión que se percibe como de más peso, la cual se construye a partir de temas dominantes. Esto produce lo que la autora conoce como el *efecto de consonancia irreal*, “un consenso aparente que procede de una realidad mediática unilateral” y que “sólo puede evitarse cuando periodistas con diversas perspectivas políticas presentan al público sus puntos de vista”. Esto se complementa con lo que el propio Bourdieu denominó como el *efecto de interlectura*, que consiste en la vigilancia entre los medios, la

imprescindible actividad de ver, leer o escuchar lo que han publicado los otros medios por la mañana, por la tarde y por la noche, de donde se concluye que los criterios para saber qué se publica provienen en gran parte de otros informadores.<sup>6</sup>

Desde hace años estos temas han venido apareciendo en los medios de comunicación colombianos. En 1990, fue el de orden público, personificado en el narcotráfico. En 1998 y en 2002 fue nuevamente el del orden público, por la vía de la preocupación central con respecto a la guerrilla, con un matiz que se le pone en la pasada campaña electoral sobre el énfasis en la guerra y el fracaso de las negociaciones. El orden público parece consolidarse como una corriente de opinión dominante. Ya se ha dicho mucho públicamente que marcó la diferencia de una campaña que iba bastante pareja y que finalmente llevó a Pastrana a la presidencia con la propuesta de una salida negociada, entre la primera y la segunda vuelta.

En el año 2002, **el tema** y los que pusieron a Uribe lo hicieron convencidos de la necesidad de acabar con el modelo vigente de la negociación a cambio de una propuesta de *mano dura y recuperación de autoridad*. En este panorama el único llamado a la coherencia entre colegas periodistas fue el de los columnistas de opinión, especialmente los del diario *El Espectador*, que denunciaron a sus propios colegas por el travestismo político: el argumento que usaron cuatro años antes para crear un clima de opinión favorable es el contrario al que les sirvió para entronizar a Uribe.

<sup>4</sup> Mc Combs y Shaw, “The agenda-setting function of mass-media”, *Public opinion quarterly*, No. 36. 1972, pp. 176-187.

<sup>5</sup> Nöelle Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: Nuestra piel social*. Paidós, Barcelona. 1995, p. 195. Esto lleva a dos enfoques que recogen lo que es la opinión pública: una versión que es la del control social al que son sometidos los individuos y la otra la de la formación de la opinión y de la construcción democrática.

<sup>6</sup> Bourdieu, *op. cit.*, pp. 31 a 35.



A comienzos de 2002, obviamente con ayuda de los actos terroristas de las Farc, hay un sesgo en la información de los medios que construye el efecto de campo alrededor de la idea del agotamiento de las negociaciones y la necesidad de la recuperación de autoridad. La primera quincena de febrero muestra una impresionante homogeneidad en torno al tema por parte de diversos medios que se respaldan mutuamente en la agenda (*RCN TV, Caracol TV, El Tiempo, La FM, El Colombiano*). Y coincide con la segunda “gran encuesta”, de enero 30 que ya la da una ventaja a Uribe en la intención de voto.

Luego de la ruptura del proceso de paz, el 21 de febrero el Canal Caracol contrata una encuesta con el Centro Nacional de Consultoría para establecer si Pastrana tiene respaldo en su decisión de terminar con el proceso, y se incluye en el *lead*, que “la misma encuesta revela que la inmensa mayoría del país no está de acuerdo con la tesis expuesta por algunos dirigentes en el sentido de que el candidato liberal independiente Álvaro Uribe Vélez se quedó sin banderas de campaña (No: 81%, Si 19%). Esta práctica podría inducir a los ingenuos a creer que estamos ante lo que José Luis Dader<sup>7</sup> llama el régimen de transparencia de los sondeos, en donde cada cosa de actualidad es consultada al ciudadano aunque no se le dé participación sustancial en la vida política; la democracia transparente, el efecto de placebo que producen los sondeos.

Desde el punto de vista estadístico la construcción del tema dominante, orden público, arroja las siguientes estadísticas por medio:

- *RCN TV*: proceso de paz: 48.97%
- *Canal Caracol*: seguridad y paz 42.55%
- *Tiempo*: Seguridad y proceso de paz: 45%
- *El Colombiano*: proceso de paz: 38%<sup>8</sup>

“Todo este clima de desesperación producto de la dimensión que los medios



de comunicación dieron a los actos de las Farc y el Eln (ya que los actos violentos de los grupos paramilitares no tuvieron el mismo despliegue), encontraba acuerdo con las propuestas agitadas por la campaña uribista. Así llegó a convertirse Álvaro Uribe Vélez en un ‘carisma de situación’, fenómeno que se caracteriza no por la personalidad del líder propia de los políticos carismáticos de que hablaba Weber, sino por la situación de estrés que hace en el imaginario colectivo que determinada propuesta se convierta en la ‘tabla de salvación’ para salir de la situación causante de la angustia general”.<sup>9</sup>

Gingrás señala justamente que otra de las características de los mensajes políticos consiste en la normalización, que no es otra cosa que la presentación de los políticos bajo un efecto tranquilizador, basados en la necesidad de los ciudadanos de obtener un panorama lo más alentador posible. Esto incluye de manera particular la presentación de soluciones que aunque no puedan probar su eficacia, son recogidas bajo la lógica de una simplificación del mensaje político que les permite pasar por alto —tanto a periodistas como a políticos— la complejidad de los fenómenos sociales y de los procesos políticos, con tal de facilitar el contacto entre políticos y electorado.<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Dader, José Luis, “Repercusión política y social de los sondeos de opinión”, en *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema, 1990.

<sup>8</sup> Los otros temas tuvieron porcentajes poco significativos.

<sup>9</sup> Hincapié, Sandra Miled, “Los medios de comunicación y la política en Colombia”, trabajo realizado para la Facultad de Sociología de la Universidad de Antioquia, Medellín, 2002, p. 10. La idea del carisma de situación la toma la autora de Angelo Panebianco, *Los partidos políticos*, México, p. 113.

<sup>10</sup> Gingrás Anne Marie, *El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas*, Université Laval, Quebec, en *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, p. 37.



Incluso un halo de milagro puede rodear al candidato, como lo establece la nota de *El Colombiano* el 15 de abril, cuando el atentado a Uribe en Barranquilla: “Ayer se repitió la historia de la milagrosa salvación en esa ciudad...”

Para el caso de la FM, un análisis realizado en el mes anterior a las elecciones muestra que hubo un permanente refuerzo entre los temas de agenda de la FM y algunas columnas de opinión y editoriales de *El Tiempo* sobre el tema de la seguridad democrática y la segunda vuelta, dos temas de la campaña uribista, caso sobre el cual es patético el ejemplo del columnista Juan Lozano, quien afirma que para qué segunda vuelta si la primera se hizo en los sondeos<sup>11</sup>.

Igualmente, cuando se presentaron los resultados de una de las encuestas en el Canal Caracol, en la emisión del 14 de febrero, en la que Uribe apareció con un 62% de intención de voto, se pregunta en la urna virtual: “¿Usted prefiere una o dos vueltas en la elección presidencial?” Un 81.03% dice que una y un 18.97% dice que dos. No se trata solamente de que este no era un asunto que se estuviera debatiendo públicamente en términos de una reforma política, con lo que evidentemente se produce una distorsión, sino que estamos en presencia de un modelo de inducción de respuestas, de fabricación de consenso en torno a la evidente favorabilidad de un candidato.

Si, como lo señala Wolton,<sup>12</sup> una de las funciones centrales de la comunicación política consiste en seleccionar los temas y los problemas, además de los discursos **contradictorios** del momento, no queda más que concluir que lo que fracasó aquí es justamente la comunicación política, porque no logró establecer un espacio para la representación pluralista de esos discursos contradictorios. Todo lo contrario: unilateralizó la campaña electoral, la volvió monotemática, y en ese proceso acabó favoreciendo solamente a una de las opciones políticas, tal como ya lo habían hecho en 1998 con la fórmula que hoy ellos mismos, los medios de comunicación, presentan como un fracaso, haciendo gala de su acostumbrada amnesia selectiva.

En este panorama vale la pena retomar la pregunta que se hace Eliseo Verón<sup>13</sup> en el sentido de si los medios de comunicación cederán a la tentación de sustituir a las decadentes instituciones políticas como lugares donde se construyen los colectivos asociados al largo plazo, cuando lo más que podrían hacer medios como la televisión sería una construcción de colectivos de corto plazo, que es lo propio de su naturaleza.

“Asistimos, por un lado, a la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos de largo plazo (el de lo político) y, por otro, al dominio creciente de otro campo (el de los medios) esencialmente orientado por la gestión de los colectivos de corto plazo: este es, según mi opinión, el sentido profundo de la crisis de legitimidad de lo político de la que tanto se habla hoy”.

Son, en definitiva, dos lógicas distintas.

El interrogante de Verón nos permite pensar en una de las tensiones más cruciales hoy de la llamada comunicación política, por lo que tiene de pretensión en la construcción de los colectivos desde los medios, lo cual es demasiado inquietante, porque ya se tienen suficientes pruebas de cómo se empobrece la política cuando se queda atada a la actualidad, que es propia del campo de los medios. En lo que ha llamado Erik Néveu<sup>14</sup> “la disolución de la política en la actualidad”.

<sup>11</sup> Hincapié, Ibid.

<sup>12</sup> Wolton, Dominique, “Las contradicciones de la comunicación política”, CNRS, París, en *Comunicación y Política*, Gedisa, Barcelona, 1998, p. 111.

<sup>13</sup> Verón, Eliseo, Mediatización de lo político, Universidad de París 8, en *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, p. 230.

<sup>14</sup> Néveu, Erik, Los programas políticos de la televisión, CNRS, Lyon, en *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, p. 165.



Y al mismo tiempo, esta sobrevaloración del discurso periodístico en el contexto electoral, y en general en el ámbito de la política, refuerza la tiranía que ejerce el suceso sobre cualquier otro enfoque de carácter estructural o simplemente complejo, que escape al código dominante del momento<sup>15</sup> y se constituye en único patrón de legitimidad a través de lo que Wolton denomina la *mediatización sin límites*, que contribuye a la unidimensionalización de los discursos en el corto plazo.

Este fracaso de la comunicación política en términos pluralísticos por la vía de la construcción de un tema dominante, va en contravía del principio del policentrismo<sup>16</sup> que caracteriza a los medios en las llamadas democracias liberales en contraposición a los regímenes totalitarios. ¿Cabe pensar en esta perspectiva en un nuevo tipo de totalitarismo hecho por el efecto de interlectura que describió Bourdieu? ¿Cómo interpretar la exclusión de otros discursos y actores o su reducción a los mínimos en un régimen de libertad si no es por el efecto de “consonancia irreal”?

### ***Territorio 2: La puesta en escena***

En el análisis efectuado a los noticieros de televisión de RCN y Caracol<sup>17</sup>, es importante ver cómo operan en lo concreto esos mecanismos de construcción de corrientes de opinión dominantes. Sin que esto esté sustentado en ningún estudio de efectos, lo que interesa recalcar aquí es el tipo de oferta informativa de los medios analizados.

Una de esas estrategias de televisión es la producción de noticias en **directo**. Una nota en directo hay que tomarla como el *breaking the news*, que en términos de tiempo real es de mayor valor periodístico. El tono, la música, el esfuerzo periodístico comprometido le señalan al televidente con claridad dónde están los énfasis de la información. En términos electorales, hacer un directo con un candidato es insertarlo en la lógica de la actualidad noticiosa. El eslogan de RCN TV es: “RCN en el lugar de la noticia”. En el período analizado el entonces candidato Uribe es claramente el rey de los directos, como lo muestran los datos:

Uribe: 11; Noemí Sanín 4; Horacio Serpa y Luis Eduardo Garzón 3 cada uno.

Los directos exclusivos sobre Uribe fueron la nota predominante. Al margen de si tuvo muy buenos asesores de campaña, hay que recordar uno de los aspectos quizás no tan conocido de los estudios de agenda *setting* pero no por ello menos crucial: quién determina la agenda de los medios. Es la pregunta por la influencia de los actores sobre los medios, que se mide clásicamente por el espacio que ocupa, pero también desde el punto de vista de lograr que los otros hablen sobre lo que a uno le interesa que hablen. Aunque finalmente la decisión es de los medios, lo que se pudo observar en el análisis es otra de las facetas de la consonancia: la conformidad entre el discurso del candidato y el discurso del medio.

La abundancia de directos con Uribe, que se dio en los noticieros de la mañana, el medio día y la noche con bastante intensidad, muestra una variedad de temas que lo pusieron como el referente de la actualidad noticiosa, especialmente la del conflicto con la guerrilla, con el siguiente tipo de intervenciones:

1. Iniciativa del candidato, con dos buenos ejemplos de propuestas como la de traer cascos azules, o la presentación en público de su idea de seguridad democrática.

2. Evaluación de hechos, que lo colocan en condición de superioridad con relación a los demás candidatos desde el punto de vista mediático, es decir, mientras a los otros los graban, finalmente llega Uribe a decir la última palabra: la reunión en El Caguán, a la que asistieron Ingrid, Serpa y Garzón; la ruptura de proceso de paz, la no inclusión de las

<sup>15</sup> Wolton, *op.cit.*, p. 119

<sup>16</sup> Sartori, Giovanni, ¿Qué es la democracia, Altamir ediciones, Bogotá., 1999, pp. 64- 68.

<sup>17</sup> Fue gracias a la Comisión Nacional de Televisión que el equipo de investigación logró conseguir la mayor parte de la muestra de noticieros para la realización de este análisis que se efectuó así: semana 1: 11 a 22 de febrero; semana 2: 8 a 19 de abril; semana 3: 13 a 25 de mayo. Todos del año 2002.

Farc como terroristas por parte de la UE, Rechazo a propuesta de las Farc de despejar dos departamentos, son buenos ejemplos de este rol de evaluador.

3. Resultados de las encuestas, que desde febrero muestran a Uribe como el ganador indiscutible en primera vuelta.

De los 11 directos de RCN TV, ocho son emitidos desde la sede de campaña de Uribe, “el lugar de la noticia”, con lo que se evidencia claramente cómo esta campaña marcó la agenda del medio. Una lectura más detallada muestra que los tres directos de Serpa y Garzón obedecen a la participación en notas que mostraron a todos los principales candidatos hablando sobre los temas requeridos por el medio. Esos directos tuvieron que ver con las opiniones frente a las encuestas (2) y la ruptura de proceso de paz (1). Incluso en los directos compartidos no hay simetría: en *La Noche* están los demás candidatos, pero Uribe no está en estudio. Lo enlazan vía microondas y aparece en el centro del set.

Hasta la visita de Pacho Santos a Cali fue objeto de una información en directo, alrededor de una rutinaria actividad de campaña. Por su parte, Caracol le dedica a Uribe, en el periodo de análisis, solamente dos directos, uno el 14 de febrero, para responder a las acusaciones de Serpa sobre el apoyo que tenía entre los paramilitares, y otro el 14 de febrero, con ocasión del atentado que le hicieron en Barranquilla. A Serpa le dedican un directo a través del cual presenta su plan de gobierno, y a Luis Eduardo Garzón uno a la salida de una reunión en el Palacio de Nariño, para analizar las condiciones de seguridad para las campañas (fue el único candidato que asistió).

Los datos sobre el tiempo que recibió cada candidato en RCN TV son reveladores:

Uribe: 1 hora y 31 minutos, con 40 apariciones.

Sanín: 27 minutos con 58 segundos, con 30 apariciones.

Serpa: 27 minutos con 4 segundos, con 30 apariciones.

Garzón: 16 minutos con 49 segundos, con 22 apariciones.

Caracol dedicó los siguientes tiempos a los candidatos en las semanas de análisis:

Serpa: 20 minutos con 14 segundos y 18 apariciones.

Uribe: 16 minutos con 5 segundos y 16 apariciones.

Sanín: 10 minutos con 5 segundos y 16 apariciones.

Garzón: 7 minutos con 37 segundos y 12 apariciones.

La mayor presencia de Uribe es evidente al menos en uno de los casos. Dejando a un lado el argumento de algún modo simplista en el sentido de que hay una relación directa entre la cantidad de tiempo y de apariciones y el número de votos, lo que interesa destacar aquí es la forma en que el medio de comunicación le da importancia al candidato, perdiendo todo criterio de equidad y afectando el derecho de los ciudadanos a una información equilibrada y que muestre con la misma intensidad las propuestas de todos los candidatos para allegar mejores elementos de juicio a la hora de votar. A partir de los hechos de febrero, no obstante, RCN pone como eje indudable de la cobertura a Alvaro Uribe.

Asimismo, la ausencia de debate es muy clara. El televidente no logró asistir a una verdadera confrontación de ideas y propuestas por la rigidez en el manejo de los formatos. El primer “debate” planteado en tales términos lo hicieron RCN, *El Tiempo*, la revista *Semana*, pero no hubo más al parecer por la reticencia del candidato puntero en las encuestas a participar en ellos, como es ya una tradición. El de Medellín quedó igualmente atrapado en la maraña de reglamentaciones a pesar de lo heterodoxo de la moderación, así que finalmente el Canal Caracol optó por el modelo de la entrevista colectiva a cada uno de los candidatos por separado. Lo que queda claro es que la única forma de debate fue oponer algunas opiniones de candidatos mediante notas separadas o el principio de la reacción a lo dicho por uno de ellos en los noticieros. No se logró una verdadera con-



frontación de tesis, por lo que es probable que también haya sido un estrategia de Uribe.

¿Qué interés tendría para el televidente, desde la perspectiva de los canales privados, un debate sin una actitud abierta a ello de parte del candidato que iba adelante en las encuestas? El círculo lo habían cerrado los propios medios a través de la estrategia de la secuencia de encuestas.

### ***Territorio 3: las encuestas***

“¡La opinión pública no existe!”. Con esa frase tituló un ensayo Bourdieu (1979). “¡La opinión pública ha muerto!”, escribió el analista político brasileño Roberto Amaral. Ambas afirmaciones se basan en que los sondeos violentan el concepto clásico de opinión pública centrada en el debate de las ideas y la construcción colectiva de posiciones, sustituido por una idea de “opinión pública” fundada en la simple suma de opiniones individuales.

La crítica a las encuestas es muy conocida y se repite en época de elecciones. La principales críticas a las encuestas se pueden resumir así:

— Acaban con la discusión de ideas: los candidatos acaban sometiéndose al mismo patrón estético (televisión) y político, además de que tienden a hacer que se unifiquen los discursos de los candidatos en su intento de complacer a la “opinión pública”.

— Desde el comienzo de la campaña operan como mecanismo excluyente de los candidatos que obtienen bajos porcentajes de intención de voto. El argumento central de los medios para informar sobre unos candi-



datos e ignorar a otros son los resultados de las primeras encuestas, con lo cual los candidatos que no sean re-conocidos mediáticamente no podrán ser conocidos por los votantes.

— El momento en que se realizan es significativo. Amaral<sup>18</sup> dice que con frecuencia los medios lanzan una tesis, la alimentan con información y luego ordenan un sondeo que confirma la posición del medio. Entonces festejan los resultados del sondeo. Una de las encuestas que muestra el sorpresivo viraje que le da a Uribe la primera ventaja se publicó el 30 de ene-

ro, en medio de un ambiente informativo concentrado en los ataques de las Farc y las que le dan más del 50%, muy pocos días después de la ruptura del proceso.

— El tipo de preguntas no lo hacen un mecanismo muy confiable. Baterías de preguntas dedicadas a insistir en un tema, tienen una tendencia a construir el *tema dominante* en un proceso electoral. Un buen ejemplo de ello fue la encuesta del grupo conformado por *El Tiempo*, RCN Radio y TV y *Semana* el 30 de enero en que de un total de 14 preguntas publicadas, 10 fueron sobre el conflicto, antes de la ruptura. “Por eso, en las encuestas de 2002, encontramos la consolidación de una corriente de opinión que tiene que ver con el orden público que deriva en el posicionamiento de un candidato que sea el Mesías, el salvador, que resuelva el problema de la guerra en Colombia”<sup>19</sup>. Esta ten-

<sup>18</sup> Amaral, Roberto, “Imprensa e controle da opiniao pública. Informacao e representacao popular no mundo globalizado”, en *Comunicacao y politica*, Vol. VII, No. 3, sept-dic. 2000, pp. 132-133.



dencia aparece reforzada además gráficamente con el despliegue informativo del 21 de febrero, un día después de la ruptura de proceso de paz, con profusión de imágenes sobre “el gigantesco operativo de retoma del Caguán, titulado por RCN como EL FINAL. Son mostrados en detalle, sin necesidad de que esto sea en Afganistán, los cohetes, las bombas, los aviones y demás armamento del ejército en operaciones de madrugada. La periodista le hace las siguientes preguntas a un piloto que participa en la operación Tánatos: “¿Cuánto tiempo lleva preparándose para esto? Durante mucho tiempo las Fuerzas Militares soñaron con esta operación, ¿qué se siente haber podido participar? ¿Es un honor tomarse El Caguán? ¿Está haciendo patria esta noche?”. Sobra decir que el piloto fue adecuadamente prudente con sus respuestas.

— Se presenta con legitimidad científica lo que solamente tiene legitimidad política. La verdad científica se impone y se está ante lo inevitable.<sup>20</sup>

— Uno de los peores efectos de las encuestas en la campaña pasada fue la formación de dos grandes grupos de medios que pagaron un paquete de encuestas cada uno, que sería transversal a todo el proceso electoral. Según el discurso y la lógica de estos medios, por cierto, los principales del país, con ello iban a mantener bien informadas a sus audiencias sobre la campaña, sin advertir que justamente estaban haciendo todo lo contrario. En el periodo hubo seis del grupo encabezado por *El Tiempo*, RCN y *Semana* y cinco de *El Colombiano*<sup>21</sup>, *Cambio* y demás diarios regionales para un total de 11 encuestas, todas publicadas entre febrero y mayo, con excepción de la de octubre, que daba a Serpa el primer lugar. ¡Tan sólo cuatro meses para tanta profusión de datos y tanta ausencia de debate! Vale la pena pensar también en la coincidencia de fechas de la mayor parte de las encuestas de los dos grupos para preguntarse a qué se sometió a los votantes durante la pasada campaña. La explicación es clara: la secuencia de encuestas se convierte en una verdad en sí misma.<sup>22</sup>

Un ejemplo inmejorable de la particular mirada periodística sobre las encuestas se

presentó cuando un día antes de las elecciones RCN TV invitó a un directo a los candidatos para hablar de los resultados de la “última gran encuesta”, titulada por el medio como un evento deportivo: “La gran final”. La primera en intervenir fue la candidata Noemí Sanín, a quien por cierto Juan Gossain se refiere como “señora” e hizo una crítica de fondo a los medios porque han desorientado al elector con tantas encuestas y recalca que las elecciones son mañana. Se dirige a los votantes y les dice de frente: las elecciones son mañana. A esto Gossain responde: “Me alegra oírle decir eso porque eso es lo que hemos venido promoviendo en *El Tiempo*, *Semana* y RCN: *vote libremente, no se rija por ninguna encuesta*”.<sup>23</sup> Demasiado tardía la recomendación... Seguidamente Garzón se solidariza con el comentario de Sanín y Serpa también asume una posición crítica. Uribe en cambio aprovecha para decir que siempre “hay que trabajar por el último votico”, cerrando así este capítulo de las encuestas que desde febrero lo mostraron en ascenso. Todo el país, no obstante, sabía a esas alturas los efectos de carro ganador que las encuestas habían provocado.<sup>24</sup>

La información orientada por los sondeos en la campaña produjo:

<sup>19</sup> Duperly, Esteban y Ochoa, Lina María. Trabajo de clase para el curso de Opinión Pública. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 2002.

<sup>20</sup> Champagne, Patrick, *Formar a opiniao. O novo jogo politico*, Pterópolis, Editora Vozes. 1998, capítulo 2.

<sup>21</sup> En 1994 las encuestas fueron dos; en 1998, fueron ocho, seis de *El Colombiano*. Esto muestra el crecimiento que han tenido las encuestas en la perspectiva informativa de los medios.

<sup>22</sup> Amaral, Roberto, “Controle das eleições e informacao- o papel dos meios de comunicacao de massa”, en *Comunicacao y politica*, Vol. VII, No. 2, mayo-agosto de 2000, p. 150.

<sup>23</sup> Cursiva nuestra. RCN TV, mayo 25 de 2000. Emisión de noticiero de las 7 p.m., con un especial en directo sobre “La gran final”.

<sup>24</sup> Como siempre, las fichas técnicas fueron ilegibles por el tamaño de la letra y porque pasan además en un máximo de cuatro segundos, lo que difícilmente permite evaluar su calidad a un televidente atento.



— Efecto del carro ganador, alrededor de Uribe, a partir de febrero. Este es el inn con el que Rafael Poveda en RCN TV anunció los resultados de la quinta encuesta: “Bueno, según los datos de la encuesta, Álvaro Uribe Vélez está a un paso de ganar las elecciones en la primera vuelta. Sin embargo, en caso de que no alcanzara más del 50%, también es el favorito en la segunda vuelta”. (Emisión del 19 de mayo a las 7 p.m.).

— Mayor y mejor calidad de cobertura electoral para Uribe, como queda demostrado en este análisis.

— Rivalidad entre los medios: competencia sobre cuándo salir y cómo hacer más noticia con los resultados.

— La dramatización por parte de periodistas, que como Yamid Amat le pidió en directo a Uribe, luego de la primera encuesta que lo daba por ganador con más del 51% de la intención de voto, que se dirigiera a los colombianos como si ya fuera el presidente. Curiosamente, fue el propio candidato *en campaña* el que guardó la compostura. Era tanta la premura de Yamid que llegó a anunciar con un *lapsus* en el *flash* los resultados con tono grave: “Si las elecciones fueran hoy, Álvaro Uribe ganaría sin necesidad de “primera vuelta”.

— Un efecto sobre lo negativo que resultaría la segunda vuelta, por innecesaria, lo cual se vio reforzado por informes de prensa y televisión, además de columnistas y noticias de periodistas, como aquella de El Colombiano, titulada **Sin segunda vuelta se ahorrarían 53.187 millones**<sup>25</sup>, que intentaban aclimatar la idea de lo costosa económicamente que resultaría, si de todas formas tanto en primera como en segunda vuelta ganaría Uribe. Ese argumento simplista sin duda hizo mella y coincidió con la campaña de Uribe para ganar en la primera. La otra perla la constituyen los artículos de Juan Lozano en *El Tiempo*, cuyo razonamiento es el siguiente: la primera vuelta ya se hizo en las encuestas. No es necesaria la segunda vuelta<sup>26</sup>, tesis reforzada permanentemen-



te por la FM. Consonancia perfecta. Los antecedentes también coinciden con una visión negativa de los medios hacia la figura de la segunda vuelta, como consta en estos tres titulares de la revista *Semana* en 1994: “¿Una sola vuelta?” (abril 12-19 de 1994); “¿La doble qué?” (mayo 17 de 1994) y “¿Sirve la segunda vuelta?” (junio 7 a 14 de 1994). Aunque estas dudas sobre la segunda vuelta no favorecían al candidato de la revista en ese entonces (Pastrana), sirven para revelar uno de los mecanismos más llamativos de los medios en términos de cultura política: informan sobre el desconocimiento que la gente tiene acerca de la segunda vuelta, sin evaluar que esa ignorancia que ven como negativa proviene de la falta de información de los propios medios hacia sus públicos. En el año 2002 la mayoría de los titulares de prensa y televisión sobre las encuestas se enfocaron sobre la segunda vuelta, a veces para afirmar que no habría, a veces para decir que de pronto, etc.

— El 20 de mayo “al hacer referencia al número de indecisos revelado por “La Gran Encuesta” (4.6%), se saca la siguiente conjetura: si la encuesta le da un 49% a Álvaro Uribe y si el total de indecisos responde a esos mismos porcentajes, nos daría entonces que del total de indecisos 2.2% votarían por Alvaro Uribe, lo cual le daría la victoria”.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Información publicada el 14 de febrero.

<sup>26</sup> Hincapié. op. cit. Página 7.

<sup>27</sup> Hincapié. op. cit. Página 9.

#### **Territorio 4: La personalización**

Uno de los asuntos más novedosos en la comunicación política es el análisis de la construcción mediática de imaginarios políticos y el más interesante de ellos es quizás el del mito de los candidatos independientes, los sin partido y en todo caso la concentración de la información electoral en la figura de los candidatos más que en las ideas y en los partidos políticos a nombre de los cuales se presentan a las elecciones.

El fenómeno de la personalización define un campo en que la contienda se da solamente entre personajes públicos, lo cual contribuye a descontextualizar los problemas, ocultar los fenómenos estructurales, además de que aporta a los ya altos niveles de desinstitucionalización de la política por la vía del descrédito de los partidos y a la apatía de los ciudadanos, porque las soluciones a los problemas recaen sobre esos personajes<sup>28</sup>.

La simbiosis entre nuevas figuras y el descrédito de la política que conviene tanto a nuevos políticos como a medios en su disputa por los favores de la opinión pública, ha demostrado su rentabilidad política en periodos electorales. La campaña de Duhalde, el actual presidente de Argentina, para su reelección cuando era gobernador, retira literalmente la política de sus textos publicitarios: “¿Política? No sé de qué me habla”, “¿Política, yo? No. Yo estoy trabajando”. “No, la política la hacen otros. Yo tengo que estar con mi señora y mis hijos”.<sup>29</sup> Aparecía siempre en un entorno muy familiar y los periodistas lo entrevistaban en su casa los fines de semana.

La construcción mediática de figuras políticas por medio de la estrategia de la personalización tiende a producir fenómenos de rápido crecimiento pero también de rápido desinfe, como sucedió con Pastrana en 1998. ¿Cómo operó la personalización en las últimas cuatro elecciones en Colombia, y concretamente en 2002? César Gaviria fue presentado por la revista *Semana* después de haber derrotado a sus contendientes por la candidatura única del Partido Liberal en 1990, como un fenómeno político: “Por pri-

mera vez en la historia de Colombia el mito del voto independiente se volvió realidad. Y se volvió realidad en una forma tan apabullante que hace pensar que llegó para quedarse”. Y más adelante: “El triunfo de César Gaviria, de extenderse a la presidencia, es un mandato categórico para modernizar el país”<sup>30</sup>. Desde ese hecho el discurso periodístico en el caso de la revista *Semana* es evidente: van con el derecho a las presidenciales

La misma estrategia fue usada con Pastrana en 1994. Titulares que lo favorecen después de la derrota en primera vuelta ante Samper: “Más vale gustar que saber”. Para el candidato de la Nueva Fuerza Democrática, perder por 20.000 votos fue más bien un triunfo. En ese informe presentan un porcentaje de 52% de independientes que votaron por él.<sup>31</sup>

Los mismos malabares volvió a hacerlos la revista en 1998 cuando esta vez Pastrana enfrentaba a Serpa: “1, 2 y 3 Pastrana otra vez! Serpa sigue siendo el puntero, pero las tendencias favorecen a Andrés” (*Semana* febrero 9-16 de 1998). A partir del lanzamiento de la candidatura de Pastrana, *Semana* se dedica a crearle un clima de opinión favorable.

Veamos la serie de titulares que la revista en su edición de febrero-marzo de 1998 hace sobre los candidatos: “Le llegó la hora cero” (Pastrana), “Puntero, pero no fijo” (Serpa), “El fenómeno Bedoya”, “El desplazado” (Valdivieso), “El costo de ser mujer” (Sanín), “Intelectual en problemas” (Mockus), “El candidato de la clase dirigente” (Juan Camilo Restrepo), “Se quedó sin nicho” (Lleras de la Fuente).

<sup>28</sup> Gingrás, *op. cit.*, p. 34.

<sup>29</sup> De Masi, Óscar Andrés, *Comunicación gubernamental*, Paidós, Buenos Aires, 2001, p. 78.

<sup>30</sup> Revista *Semana*, marzo 6 a 13 de 1990, No. 410, p. 23.

<sup>31</sup> Revista *Semana*, mayo 31 de 1994.



Quizás el mejor resumen del tratamiento que, el lector ya habrá adivinado, la revista *Semana* le dio a Uribe en 2002, queda en palabras del candidato Horacio Serpa: "Durante 10 meses yo estuve de primero en las encuestas con el 43% del voto, cifra superior a la que tiene hoy Alvaro Uribe y ni ustedes me sacaron una carátula vestido de *Superman* ni *El Tiempo* me hizo entrevista en las páginas, graduándome de presidente electo en la primera vuelta" (*Semana*, febrero 11 de 2002).

Uno de los títulos más impactantes en febrero de 1998 fue "¿Habemus antiSerpa?", para hablar de la consolidación de un segundo lugar de Pastrana en las encuestas a comienzos del proceso de campaña. O "En mi gobierno a Samper no le va a pasar nada", también en la misma edición, evidentemente una afirmación prematura que un buen jefe de redacción aunque sea por decoro hubiese atajado.

A Uribe en el año 2002, por otra parte, lo presentan los noticieros como el candidato *disidente del liberalismo* o el *independiente* (*El Colombiano* abril 10). Aunque la carta del independiente se la jugaron con Garzón, Uribe aparece como la contracara de Serpa, como el disidente opositor del partido liberal (*El Colombiano*, 14 de abril).

De cualquier modo, la etiqueta de los independientes se le endosa siempre a alguien, cuando en realidad en una campaña política en representación de una agrupación no cabe hablar de independencia. Así contribuyeron los medios a construir el mito de los candidatos sin partido, los candidatos cívicos, horadando aún más la institucionalidad política y



convirtiéndola en un rompecabezas muy difícil de armar como conjunto coherente que no puede olvidar que el fin último de la política es la construcción permanente de los intereses colectivos en marcos institucionales.

## La hora de cierre

En este artículo nos limitamos al análisis de las estrategias mediáticas. No pensamos a los medios como actores políticos con intereses en relación incluso con sus propietarios, que se radicalizan en épocas electorales, cosa que habría que hacer necesariamente en otro artículo. Por ahora, entre Pastrana y Uribe, la reflexión se centra en la incapacidad de los medios de construir intereses colectivos de largo plazo a partir de sus pretensiones de sustituir a las instancias políticas en crisis. Si bien la crisis de representación política es innegable, no cabe duda de que no serán los medios los que con el cortoplacismo, la ligera construcción de liderazgos políticos, el unilateralismo y la reticencia al debate de fondo, nos saquen cada cuatro años de la desazón en que ellos mismos nos suelen sumergir.

Fabio López de la Roche  
Historiador y analista cultural y de medios de comunicación,  
Director Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura -  
IECO, Universidad Nacional de Colombia.

# Opinión, información y ficción en los medios colombianos

Fabio López de la Roche

Este ensayo intenta plantear una serie de situaciones relacionadas con el funcionamiento global y nacional de la información noticiosa y del género de opinión, pero también de los géneros de ficción y de las ofertas de las industrias culturales productoras de bienes simbólicos, desde el punto de vista de la representación de la política y de lo político, pero también de la representación sociocultural de la sociedad. Integramos en este escrito estas dos esferas de la comunicación masiva contemporánea, que muchas veces no se interrelacionan ni se mezclan en los análisis debido a las especializaciones disciplinarias de quienes escriben separadamente sobre estos temas aparentemente inconexos. Sin embargo, una mirada integral del sistema comunicativo y del funcionamiento del poder mediático y comunicativo contemporáneo en nuestras sociedades, debe prestar atención a las interrelaciones entre las esferas políticas y culturales de la comunicación masiva. La ciudadanía, la participación, el reconocimiento y la representación de la diversidad cultural se juegan tanto en las unas como en las otras.

En el abordaje de los géneros de información y opinión se trabajará ampliamente el tema del cubrimiento por los medios informativos colombianos

del conflicto armado y el proceso de paz con las Farc durante la administración Pastrana. En este punto serán abordados algunos de los problemas y dificultades para construir una información equilibrada y objetiva en medio de contextos político-culturales de intolerancia ideológica y de polarización política.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> En el tratamiento del tema de los medios de comunicación y el cubrimiento del conflicto armado y el proceso de paz por el periodismo colombiano, nos basamos en el informe final de la investigación «Rutinas profesionales y discursos hegemónicos en la información periodística sobre conflicto armado y proceso de paz con las FARC en Colombia durante 1999», financiada por Colciencias y realizada desde el Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, IEPRI, de la Universidad Nacional de Colombia, bajo la dirección del autor de este artículo, y con la participación en calidad de coinvestigadores de los profesores Nelson Castellanos y Leandro Peñaranda.





## ¿Hacia un nuevo ciclo de imperialismo y ant imperialismo por obra de George Bush y del orden global contemporáneo?

Cuando algunos creíamos—tal vez ingenuamente— en que el imperialismo era un asunto del pasado, una fase histórica del capitalismo lejana en el tiempo y ya superada, la actual política de la administración norteamericana de George Bush, con su caza de brujas internacional y con sus imposiciones a nivel de la diplomacia bilateral, está contribuyendo a un revival ant imperialista y antinorteamericano. La exigencia a Colombia de aceptar la inmunidad jurídica de los soldados norteamericanos actuantes en Colombia frente a la Corte Penal Internacional en caso de verse involucrados en violaciones a los derechos humanos y en crímenes de lesa humanidad, no puede merecer otro calificativo que el de imperialista.

Pero los imperios pueden ejercer como tales de manera más fácil y sin mayores oposiciones, cuando lo hacen ante naciones fragmentadas, con clases dirigentes ilegítimas o con una legitimidad muy fragmentaria, sin autoridad ante sus pueblos y ante la sociedad internacional, y ante estados económicamente —y ahora en nuestro caso— militarmente dependientes. Cuando un gobierno como el de Pastrana le toca ir a poner la totuma en actitud mendicante ante el Congreso y el ejecutivo norteamericanos, porque el conflicto interno se le salió de madre —a él y a los gobiernos anteriores—, porque los recursos del presupuesto interno no le alcanzan para cubrir los gastos necesarios para hacer frente a los enemigos político-militares internos, no puede tener dignidad ni tener una voz propia y fuerte en temas en los cuales debería tenerla, como el del narcotráfico, la susti-

tución de narcocultivos, las alternativas al prohibicionismo y a la erradicación de los cultivos de coca a través de la fumigación.

Estos tiempos imperiales tienen su correlato comunicativo en la hegemonía de ciertos circuitos informativos como CNN y otros espacios mediáticos dominantes en medio de la globalización comunicativa actualmente hegemónica. Ante estos formatos y circuitos hegemónicos, frente a sus sesgos, silencios, prioridades mercantiles traducidas en verdades a medias, necesitamos no sólo desarrollar una actitud crítica y deconstructiva desde las audiencias, los espacios educativos y de crítica cultural, sino adicionalmente y en un sentido alternativo y política y culturalmente radicalmente pluralista, avanzar en la capacidad de tejer redes de información que permitan aproximarnos de manera más fidedigna y menos manipulada a las realidades nacionales e internacionales de nuestros días. Muy difícilmente en este momento, para colocar un ejemplo, podemos informarnos a nivel de América Latina, desde aproximaciones equilibradas, plurales y complejas —no simplistas y unidimensionales como suelen ser hoy día la opinión y la información en nuestro país— sobre las realidades del chavismo en Venezuela, el fenómeno Lula da Silva en la coyuntura electoral brasileña, el caso de Evo Morales en la política boliviana, o a la situación política interna colombiana, indigerible e inentendible para una amplísima audiencia en América Latina que ve por la televisión algunos síntomas de nuestra tragedia pero difícilmente puede comprender sobre la base de esa información la complejidad de situaciones y sucesos políticos y militares que ocurren diariamente en Colombia. Creo que requerimos actualmente de



un diálogo latinoamericano más complejo, más plural, polifónico y argumentado, con puntos de vista y opiniones antinómicas, con matices y posiciones intermedias, que antes que instancias de inculcamiento de determinadas posiciones y actitudes políticas, sirvan de foro para inteligir nuestros problemas y para discernir entre diversas opciones y alternativas de desarrollo. Y además del diálogo latinoamericano, de un diálogo Sur-Sur que permita dialogar entre exclusiones, pobreza y conflictividades sociales y políticas compartidas, pero también entre experiencias de búsqueda de relaciones económicas y sociales nacionales y globales más equitativas, movimientos sociales y culturales, recreaciones estéticas y artísticas de la memoria, procesos de reconciliación nacional o de construcción de cultura ciudadana.



## La concentración económica y el empobrecimiento del debate ciudadano

La concentración de los medios de comunicación en manos de los grandes grupos económicos y financieros, la pérdida de audiencia de los canales televisivos *I* y *A* ante el auge de los canales privados RCN y Caracol y la falta de una política pública coherente para su rescate y desarrollo, la desaparición de *El Espectador* como diario nacional y su adquisición por el grupo Santodomingo, la nueva situación hegemónica del periódico *El Tiempo* casi como único espacio del periodismo de prensa escrita a nivel nacional, constituyen factores internos que están incidiendo en la homogeneización de la opinión y en la pérdida de pluralidad de voces e interpretaciones en el sistema informativo y comunicativo colombiano, sin que queramos decir con esto que la situación anterior en cuanto a diversidad política y cultural en nuestro sistema de medios fuera la mejor. Si antes los noticieros televisivos estaban concentrados en manos de las familias o empresas mediáticas de cinco ex presidentes de la república, hoy día están en manos de los grandes potentados económicos.

La situación de abandono de los canales procedentes del sistema mixto, llevó a la desaparición de varias programadoras históricas que habían logrado un lugar importante en la producción televisiva nacional así como en la recordación de la teleaudiencia. O a su reacomodo funcional a las demandas del mercado global (léase norteamericano) y de los gustos comercialmente moldeados de las audiencias hispanas en Estados Unidos. No hubo una planeación responsable desde el punto de vista político y cultural, de la reconversión del sistema mixto a un sistema multicanales de base privada, que preservara las cosas buenas

del anterior ordenamiento televisivo y la trayectoria de algunas programadoras que hicieron época en el desarrollo de géneros y estilos en la televisión colombiana.<sup>2</sup>

La metáfora de ese abandono de los canales *I* y *A* ha sido en los últimos años la presencia reiterativa y rutinaria en la emisión de esos dos canales, de las televentas y de la oferta de fajas y demás dispositivos para adelgazar, evidencia simultánea del peso creciente de ciertas tendencias livianas y consumistas del mercado global, pero también de la desidia de nuestra clase dirigente, de su escasa o nula preocupación por la diversidad y el pluralismo político y cultural de la comunicación masiva, y de su complicidad con los grandes grupos de poder económico y financiero.

Mientras tanto, algunos noticieros y espacios de opinión de estos dos canales han tenido que desaparecer, reducir sus plantas de personal, en algunos casos compartir entre dos noticieros sus camarógrafos y periodistas para poder mantenerse con menores costos, o finalmente fusionarse en un solo telediario. Y los periodistas han terminado a menudo desempleados, haciendo dos trabajos por el precio de uno, o trabajando a destajo en múltiples cubrimientos y labores *free lance* que reducen notoriamente la calidad de la investigación y la escritura periodística.

Algunos de los resultados de esta apertura y reconversión mercantilista son hoy día los abusos de la pauta publicitaria expresados en la publicidad camuflada o abierta en noticieros, ficción y cine de autor; el destierro de los programas de opinión de los horarios Triple A en virtud de la telenovelización de los horarios de alta sintonía; la conversión consecuente de los programas de debate y de opinión en espacios para noctámbulos; y un exagerado unanimismo ante temas que demandarían para su esclareci-

miento amplios, fuertes y plurales debates ciudadanos.

## Logros y miserias del cubrimiento periodístico del proceso de paz en medio del conflicto armado: lo importante contra lo rentable

El desarrollo del proceso de paz durante la administración Pastrana, al no pactarse un cese al fuego, tuvo lugar en medio del conflicto armado. De esa manera los hechos noticiosos derivados del conflicto bélico (tomas de pueblos, estallidos de cilindros-bombas, masacres y enfrentamientos militares), altamente noticiables en virtud de su carácter espectacular y dramático, terminaron a menudo haciendo mucho ruido y opacando la visibilidad de algunos avances y logros en la mesa de negociación, muchos de ellos poco espectaculares, y visibles sobre todo para el analista juicioso y agudo, el negociador o el experto en resolución de conflictos.

Hay que reconocer en este punto los importantes esfuerzos e iniciativas adelantados desde la prensa escrita, particularmente desde las Unidades de Paz, como también desde otras secciones, para complejizar y dar fondo histórico a la lectura ciudadana del conflicto, para ofrecerle a los lectores elementos de juicio acerca de cómo han sido los procesos de negociación de conflictos armados internos en otras latitudes y

<sup>2</sup> Véase sobre el papel de algunas de esas programadoras y en particular de RTI, el aparte "Del teatro a la telenovela: géneros televisivos y modernidad cultural", en Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Gedisa, Barcelona, 1999.



cómo se propiciaron o se dificultaron los procesos de aproximación entre las partes. No sólo entrevistaron a personajes como el señor Villavicencio, negociador en Suráfrica, a comandantes centroamericanos como Ana Guadalupe Martínez, a mediadores europeos y norteamericanos en otros conflictos bélicos, sino que construyendo una relación dialógica con saberes sobre el conflicto armado colombiano menos coyunturales y más históricos y estructurales, acumulados producto de la reflexión académica de universidades e institutos de investigación nacionales, intentaron darle fondo y perspectivas complejas de análisis al ciudadano lector de prensa.

Sin embargo, y en notorio contraste con lo que pasaba en prensa escrita con las Unidades de Paz, los dueños y directores de noticieros televisivos, escenario mediático hegemónico en la construcción de la *visibilidad comunicativa masiva* del proceso de paz, no evidenciaron una particular conciencia de las funciones, roles y responsabilidades en la configuración de los climas de opinión pública hacia el proceso de negociación.

En esos espacios claves para la orientación de un proceso de reconciliación nacional, siguieron predominando el *rating* y el interés comercial sobre el interés nacional y el interés público. En el cubrimiento de los sucesos informativos de la vida nacional desde los telediarios, primó durante el proceso de paz con las Farc y continúa primando ahora después de la ruptura del mismo, un periodismo de relación de hechos de orden público, presentados de manera inconexa y fragmentaria, privilegiando las escenas y situaciones dramáticas y las expresiones de dolor de las víctimas, que abundan en nuestro país y que constituyen hechos altamente “noticiales” desde las lógicas y ruti-



nas ocupacionales de la profesión periodística. No hay información sobre las estrategias militares y políticas de los actores de la guerra, sobre sus proyecciones estratégicas en territorios y geografías regionales, sobre los aspectos tecnológicos y propiamente militares del conflicto armado interno, y menos sobre la economía política de la guerra y las maneras como ella explicaría el comportamiento de los actores armados.

En este periodismo televisivo de relación de hechos de orden público inconexos y caóticos ni siquiera se utilizan mapas del país y de sus regiones para ayudarle a los colombianos a comprender el curso diario de los hechos bélicos. Las víctimas de las masacres paramilitares o guerrilleras aparecen muchas veces sin identidades claras, sin nombres ni oficios,

como meros datos estadísticos, y las notas periodísticas que cubren estos hechos de terror con frecuencia penetran poco en los móviles de los hechos y en su ubicación dentro de las estrategias políticas y militares de quienes los cometen.

Causa y consecuencia de este periodismo coyunturalista, dramático y sensacionalista, es la ausencia en los espacios noticiosos televisivos de una agenda temática propia con una jerarquía de temas y asuntos para el debate ciudadano, formulada desde sus equipos de trabajo y sobre todo desde sus directores y jefes de redacción. En ellos ha desaparecido la editorialización, que años atrás estuvo presente en los telediarios, están ausentes el análisis y la contextualización histórica de la noticia, e incluso géneros como la crónica y el reportaje tienen hoy día muy poca presencia.

A este primer componente de nuestros noticieros, el de las noticias de orden público, se suman un segundo y un tercero: el sobredimensionamiento de la información deportiva en la estructura general del telediario, y la presencia igualmente desmedida de las notas de farándula, la vida privada de los famosos, las nalgas (femeninas, nunca masculinas, tal vez para no subvertir viejos órdenes patriarcales y machistas), y por supuesto el infaltable mundo del *fashion*. Sin tener nada contra estos campos de la vida social contemporánea —estoy lejos de pensar que todo en ella tenga que ser reflexivo, profundo o *heavy*—, creo que esos temas y asuntos deben tener su lugar propio en la programación televisiva, a través de géneros y programas especializados



en deporte, farándula o en *fashion*, y los noticieros conservar una cierta jerarquía temática alrededor de la construcción de la agenda mediática para la deliberación ciudadana de los más importantes asuntos públicos en horizontes temporales inmediatos, mediatos o de largo alcance.

### **Los difíciles equilibrios políticos e ideológicos, las tomas de partido de los periodistas, la pasionalidad de las fuentes y la transmisión no controlada de sus intolerancias discursivas**

La cultura política de una sociedad nacional, así como las culturas políticas particulares de actores políticos y sociales de ella tales como sus políticos profesionales, su estamento militar, su sindicalismo, su empresariado, su izquierda, sus trayectorias históricas y sus particulares procesos de construcción de sentidos y representaciones sobre la nación y sobre el otro-político, están a la base de los procesos de comunicación política en una sociedad. Constituyen la trama de significaciones y sentidos desde los cuales se realizan la producción y la recepción de los mensajes de los medios de comunicación.

En una sociedad como la colombiana, profundamente fragmentada desde el punto de vista de sus exclusiones sociales, notoriamente polarizada, con sectores amplios de su población que han recibido agravios y acumulado resentimientos y odios derivados del boleteo, el secuestro o el homicidio guerrillero, de la masacre paramilitar, del despojo de sus bienes y el desplazamiento forzado debido a la guerrilla o al paramilitarismo, o de abusos y exralimitaciones de miem-

bros de organismos militares, policiales y de inteligencia del Estado, es muy difícil —podríamos decir casi imposible— un funcionamiento equilibrado y ecuaníme del periodismo y de los medios de comunicación masiva a la hora de cubrir un proceso de paz en medio de un conflicto armado. Esos odios y polarizaciones no pueden no afectar los procesos de producción y de recepción social de la información noticiosa sobre el conflicto armado y sobre la negociación.

El cubrimiento del proceso de paz se vio muy afectado por esas visiones pasionales del conflicto colombiano que aparecen a menudo hoy día, atropelladoras y viscerales, en cualquier conversación cotidiana sobre el tema entre desconocidos, en eventos académicos, en conversaciones de café o debates en recintos universitarios. En una situación de tan fuerte polarización de la opinión ante el conflicto armado interno es por ello mismo mucho más grave la ausencia desde los espacios masivos televisivos de opinión e información, de arreglos institucionales conducentes a un cubrimiento más cuidadoso y equilibrado de la información sobre el conflicto armado, el proceso de paz y la negociación política.

Lo que observamos a menudo sobre todo en los noticieros televisivos, fue la toma de partido a favor del Estado, de las visiones de los empresarios dueños de los medios, y la toma de partido por las opiniones de las fuentes oficiales consultadas, reproducidas muchas veces como si fueran la palabra de Dios.

Con respecto a la política gubernamental de paz, no hubo nunca un seguimiento crítico y una clara fiscalización por parte de los medios y del periodismo, a las acciones y omisiones de quienes la manejaron. Un seguimiento crítico e independiente por parte del periodismo a la conducción gubernamental del proceso de paz

tampoco tenía que reducirse, como muchas veces lo hizo, a darle la voz a los críticos de derecha y a los enemigos acérrimos y declarados de la negociación política en los partidos o en el Congreso.

Sin sugerir que estas voces debieron ser ignoradas, hay que anotar que con respecto al proceso de paz, la crítica generalmente recayó sobre la falta de voluntad política de la insurgencia para sentarse seriamente a negociar en la mesa (crítica por lo demás válida), pero muy poco se abordaron las insuficiencias y falta de compromiso del gobierno con un proyecto serio y coherente de paz y de país posconflicto, más allá de la retórica y la indudable buena voluntad del presidente Pastrana hacia la paz.

No hubo una crítica a fondo sobre una serie de aspectos que evidenciaban la ausencia de un proyecto gubernamental conducente a una senda clara de reconciliación nacional: la ausencia de un proyecto social reformista que ataque las condiciones estructurales que alimentan la insurgencia sobre todo en áreas campesinas deprimidas y zonas de colonización; la falta de garantías para la actividad sindical, periodística, judicial, para la política de oposición o de defensa de los derechos humanos, en un país con el más alto índice de asesinatos de líderes sindicales y periodistas en el mundo (¿quién se va a embarcar seriamente en un proceso de paz sin garantías para la vida y la seguridad personal y familiar?); el no diseño de una política civil y militar de protección a la población civil en medio del conflicto; la carencia de liderazgo con respecto a una reforma política de fondo; la falta de una política eficaz y de participación ciudadana contra la corrupción oficial y los delitos de cuello blanco; la fragmentaria representatividad social de los negociadores gubernamentales; la ausencia de una política de empleo; las tensiones permanentes entre el eje-



cutivo y el estamento militar alrededor de la política de negociación y de la zona de despeje; la falta de una política militar unificada y de liderazgo del poder civil sobre el estamento militar alrededor de un discurso único y una política coherente y estratégica de paz.

Seguramente esta falta de problematización del proceso de negociación y de las complejas tareas sociales y gubernamentales necesarias para obtener la paz, contribuyó también a sembrar en la opinión pública un cierto facilismo y unas expectativas falsas sobre la paz como algo fácil y rápido de lograr. Creo que hacia el futuro habría que evitar la creación de esas expectativas facilistas y ayudarle a la opinión a construir visiones complejas de los senderos de la reconciliación. De lo contrario, seguiremos como opinión pública fluctuando de manera ciclotímica entre la euforia y el desencanto con la paz, sin una capacidad de aprender colectivamente de las experiencias del pasado.

Otro problema en el cubrimiento informativo del conflicto, presente sobre todo en la televisión pero también en los otros medios, tuvo que ver con la puesta en escena sensacionalista y melodramática del conflicto y la negociación en los propios formatos de opinión. Los géneros de opinión en los espacios televisivos, los cuales debieron haber ofrecido a la sociedad elementos de juicio para digerir la complejidad de la negociación en medio de la confrontación militar y haber dado fondo, contexto histórico y comparativo internacional a sus audiencias, optaron muchas veces por el sensacionalismo y el melodrama en la escogencia de sus temas y maneras de abordar el proceso de paz y de negociación y situaciones conexas con él, como el secuestro de niños por la guerrilla o la muerte –afectado por un cáncer– del niño Andrés Felipe,

sin poder ver a su padre, un oficial retenido por la guerrilla.

Esos hechos noticiosos, que por supuesto no podían no ser abordados por los medios y el periodismo, muchas veces fueron asumidos como verdaderas cruzadas mediáticas sin medir los efectos contraproducentes de esas campañas con respecto a los fines buscados (la liberación de los niños secuestrados o del padre de Andrés Felipe) y los potenciales impactos negativos sobre los climas de opinión y estados de ánimo de la población con respecto al apoyo a la negociación de paz.<sup>3</sup>

El cubrimiento noticioso de este tipo de situaciones mostró la dificultad del periodismo colombiano para trascender la inicial y de sentido común reacción visceral y condenatoria hacia la insurgencia, y avanzar hacia el logro de una mayor capacidad de interpelación crítica y argumentada a las acciones de la guerrilla.

Quiero en este sentido decir que los medios tienen que tener cuidado con las pasiones y estados de ánimo que propician y alimentan con sus mensajes y puestas en escena de los conflictos. Ya los propios abusos de la insurgencia (extorsión, secuestros, boleteo, asesinatos o muertes de secuestrados en cautiverio) han creado por sí solos en sus víctimas y familiares dolores, actitudes visceralmente antiguerrilleras o intenciones de retaliación y de venganza.

Tratamientos de sucesos informativos como el caso del niño Andrés Felipe, convertido en una verdadera cruzada, y otros similares que se construyeron desde los medios masivos durante los tres años largos del proceso, mostraron dificultades en el periodismo para trascender cierta lógica primaria de condena y de juzgamiento mediáticos al interlocutor guerrillero, comunicativamente bastante ineficaz para las necesida-



des de acercamiento entre las partes y de avance de la negociación.

Creo que en cuanto al papel del periodismo en la interpelación crítica a la insurgencia en medio de una negociación política –y esto es conveniente tenerlo en cuenta hacia el futuro cuando soplen de nuevo vientos de paz y de negociación–, requerimos trascender la acusación muchas ve-

<sup>3</sup> Sobre el cubrimiento del caso del niño Andrés Felipe véase la opinión del analista mexicano Carlos Monsiváis invitado como ponente central a la conferencia internacional “Los medios informativos en peligro”, organizada por la Asociación Mundial de Periódicos (WAN), la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y la Asociación de Diarios Colombianos (Andiarios) el viernes 22 de marzo de 2002 en Bogotá, Entrevista a Carlos Monsiváis, *El Tiempo*, sábado 23 de marzo de 2002



ces moralista y facilista, desde un cierto sentido común elemental y básico de condena al guerrillero, para configurar una *capacidad de interpelación ética y política* al accionar insurgente que antes que condenarlo, le siembre cuestionamientos y dudas en torno a su militarismo, su falta de visión política en sus relaciones con la población, sus cercanías con la delincuencia común, sus rigideces ideológicas y anacronismos doctrinarios, y le ayude a acercarse a una comprensión fresca y menos acartonada de este país: de sus nuevas generaciones, sus valores, dilemas e ideales; de la complejidad cultural y política de los contextos urbanos y metropolitanos; de las transformaciones en el plano internacional, etcétera. Interpelación inteligente, que supone diálogo y respeto por el otro, y no simplemente acorralamiento o la lógica del ajuste de cuentas a la hora de la entrevista al líder insurgente.

La zona de distensión y su caracterización como laboratorio de paz o como guarida de delincuentes fue otro de los temas álgidos alrededor del cual se dio una verdadera guerra de versiones informativas y desinformativas. Las fuentes militares y policiales, presas de su comprensible animadversión hacia su enemigo político-militar, y de sus ligerezas retóricas, metieron permanentemente notorios goles informativos que incidieron fuertemente (adicionalmente a los abusos cometidos *efectivamente* por la insurgencia de las Farc en la zona de despeje) en el desprestigio de El Caguán y en la apreciación negativa por parte de la ciudadanía, de la marcha de las conversaciones y del mantenimiento de la zona de distensión.

El caso más grave fue el del asesinato en Simijaca el lunes 15 de mayo del 2000, de doña Elvia Cortés con un “collar-bomba” ajustado a su cuello por parte de delincuentes comu-

nes, como posteriormente se estableció, donde sobre la base de la imputación apresurada de ese crimen a las Farc por el comandante de la Policía Nacional, el general Rosso José Serrano, y por altos oficiales militares, imputación recogida acriticamente por el conjunto de los medios de comunicación y por el propio presidente Pastrana, el gobierno canceló provisionalmente una importantísima audiencia con delegados internacionales programada dentro de las conversaciones de paz, y el propio proceso de diálogo se vio afectado gravemente en sus posibilidades de continuar, por los impactos desfavorables a la negociación que esta noticia tuvo en la opinión pública.<sup>4</sup>

Evalutando el caso del collar-bomba seis meses después de los hechos, el negociador oficial Fabio Valencia Cossio, planteó en estos términos el impacto negativo jugado por ese falso hecho informativo en el curso de la negociación:

“Vino el collar bomba. Hubo un error del Estado, mucha precipitud de las autoridades policiales y militares en el señalamiento de los responsables. Ese fue un rudo golpe para las Farc, que después se devolvió contra el Estado. A partir de allí las Farc endurecieron mucho su posición”.<sup>5</sup>

En una revisión atenta de cualquier archivo noticioso televisivo de los tres años de proceso de paz con las Farc podemos encontrar numerosos y variados ejemplos de distorsiones a la información y a la verdad de los hechos, derivadas de la ideología y de los intereses estratégicos de los militares y jefes policiales en el conflicto armado interno. En el desarrollo del conflicto armado y del proceso de paz con las Farc durante el año 2000 vimos graves casos de ligereza informativa del medio noticioso televisivo, ligados a la no confirmación de la información inicial brindada por la fuente militar o policial. En el cubrimiento

de la toma de las Farc a la población de Arboleda (Caldas), Noticias RCN presentó, recurriendo una vez más aventuradamente al condicional “habría”, y sobre la base de la información no contrastada ni confirmada de un alto oficial de la policía, la versión, aparecida en los titulares del teleinformativo, de que “los guerrilleros *habrían* jugado fútbol con las cabezas de los policías”. Otras versiones militares endebles y mal sustentadas que luego tuvieron que rectificarse fueron las del comandante de la Fuerza Aérea, general Héctor Fabio Velasco, sobre el supuesto desembarco por parte de un avión ruso de un cargamento de armas para las Farc en la zona de distensión<sup>6</sup>; la supuesta muerte del “Mono Jojoy” anunciada por un oficial del ejército, quien argumentó que tenía información fidedigna y detallada de que el líder de las Farc había sido asesinado por un guerrillero a quien el “Mono” Jojoy le habría quitado la novia; y la aseveración de un comandante de brigada a un noticiero en términos de que una avioneta que aterrizó una madrugada en el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de la ciudad de Cali venía de transportar droga desde la

<sup>4</sup> Sobre estos impactos negativos, las reacciones de la opinión a la noticia del “collar-bomba”, así como las movilizaciones estudiantiles de condena a las Farc y la atmósfera de consternación ante la barbarie guerrillera que presidió el entierro de doña Elvia en Chiquinquirá, reacciones todas suscitadas por este falso suceso informativo, pueden consultarse los periódicos *El Tiempo* y *El Espectador* de los días 17 y 18 de mayo de 2000.

<sup>5</sup> “Paciencia y fe, Paz. Especial 2000”, Artículo de Fabio Valencia Cossio, *El Espectador*, 31 de diciembre de 2000, p. B2.

<sup>6</sup> Véase el noticiero *En Vivo 9:30*, emisión del jueves 14 de octubre de 1999 y *Noticias RCN*, emisiones de las 7:00 y las 9:30 de la noche del mismo día.



zona de despeje, versión que fue desmentida en la misma emisión por el propio comandante de la Fuerza Aérea, general Héctor Fabio Velasco, quien afirmó que se había establecido que la aeronave venía de dejar un cargamento de droga en Guatemala.

Tal vez refiriéndose a la falta de vocerías claras en las Fuerzas Militares y a este tipo de informaciones aventuradas por inconfirmadas que luego tienen que rectificarse o que muchas veces no se rectifican y terminan sembrando en la opinión sombras de duda sobre la confiabilidad de las versiones de la fuente militar, un experto extranjero en temas de comunicación pública afirmó en un evento sobre medios de comunicación y fuerza pública que «los militares colombianos hablan mucho y hablan muchos».<sup>7</sup>

Camilo Gómez, Comisionado de Paz del gobierno Pastrana desde comienzos del año 2000 hasta el cambio de gobierno de agosto de 2002, ha expresado en reciente entrevista, refiriéndose a las realidades y ficciones interesadas alrededor de la zona de despeje, que «la zona de distensión no era un paraíso pero tampoco era el infierno que muchos quisieron hacer creer».<sup>8</sup>

### **Las culturas masivas y mediáticas y las homogeneizaciones provenientes de los controles narrativos de las industrias globales de la televisión y del entretenimiento**

La globalización de la industria del entretenimiento televisivo en estos comienzos de siglo XXI y la hegemonía norteamericana en el mercado de la televisión, están incidiendo en la expansión en nuestros países de ciertos programas y de ciertos

géneros como los *talk shows* y los *realities*, que son copiados a nivel nacional con algunas variaciones y adaptaciones a las circunstancias nacionales. Sin negar las posibilidades de adaptación innovadora que puedan darse sobre la asimilación original de esos formatos foráneos, en ellos están implícitas claras tendencias homogeneizadoras de la producción en cuanto a géneros y temáticas. Hoy día varios países latinoamericanos realizan *realities* o programas de concurso al estilo de «Pop Stars», «Protagonistas de novela» o «Quién quiere ser millonario». Sin embargo, no podemos rechazar estos formatos en nombre de la cultura nacional o del privilegio estrecho de lo propio en las políticas culturales y comunicativas del sector privado. Habría que ver sin embargo, cómo competir en el mercado global con formatos, historias y temáticas novedosas surgidas de nuestras creativities nacionales y locales, de nuestros conflictos, idiosincrasias, valores y temporalidades histórico-políticas y socio-culturales.

La producción colombiana de dramatizados ha tenido un desarrollo importante en los 80s y 90s, llegando en estas últimas décadas con «Café» y la comedia «Betty la Fea», a la conquista de importantes públicos para estas y otras producciones en decenas de países latinoamericanos, europeos y asiáticos, así como en el mercado hispano-norteamericano.<sup>9</sup>

La búsqueda de inserción de los productos audiovisuales latinoamericanos (fundamentalmente de las telenovelas y dramatizados) parece enfrentarse en los últimos tiempos a ciertas demandas del mercado hispano-norteamericano, particularmente



de las comercializadoras de los dramatizados, que tal vez con miras a la conquista de amplios públicos que les representen jugosas ganancias, empiezan a requerir relatos audiovisuales desprovistos de acentos locales, regionales y nacionales, de memorias densas ancladas en la historia de nuestros pueblos, de sus pertenencias y

<sup>7</sup> Foro sobre Medios de Comunicación y Fuerza Pública, Paipa, noviembre de 2001

<sup>8</sup> «FARC, autistas y vendedoras de falsas ilusiones», entrevista con el comisionado de paz, Camilo Gómez, Lecturas Dominicales, *El Tiempo*, domingo 28 de julio de 2002, p. 3.

<sup>9</sup> Véase especialmente el capítulo 3 «Transformaciones del género: de la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana», en Martín-Barbero, Jesús y Sonia Muñoz (coordinadores), *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1992



desarraigos, y de conflictividades enraizadas en las injusticias y desequilibrios padecidos por nuestras sociedades. Pareciera ser que el formato apto para la conquista de las audiencias hispanas fuera el de «Aman-tes del desierto», una historia de amor bastante rosa e irreal, ubicada en un tiempo histórico inexistente por lo ambiguo de su representación (da la impresión de transcurrir a comienzos del siglo XX en alguna sociedad hacendaria pero sus personajes se visten como a comienzos del XXI), inscrita en una geografía vaga y en medio de unos conflictos muy caricaturescos y distantes de las reales conflictividades históricas y sociológicas latinoamericanas.

La información de prensa sobre el mercado del dramatizado y la telenovela latinoamericana en Norteamérica da cuenta en los últimos meses de cómo el antigalán colombiano, de pelo negro y de mediana estatura, a veces con algo de calvicie, no serviría ya para las nuevas coproducciones internacionales de novelas a ser vendidas masivamente en el mercado hispano, las cuales estarían demandando ahora con miras a su éxito galanes rubios, apuestos y corpulentos de 1.80 cms. de estatura, pero también nuevos géneros como las comedias de situaciones (*sit com*) inscritas en tradiciones norteamericanas de producción y de representación audiovisual de su cultura.

En cuanto a otras instancias del mercado global relacionadas con otros géneros como el documental ambiental, de ciencia y tecnología, de aventura humana o de culturas (formatos como *People and Arts*, *Animal Planet* o *Discovery Kids* en *Discovery Channel*), si bien logran dar paso, a través de la recepción y apoyo financiero de propuestas de realización audiovisual procedentes de distintos confines del planeta, a una gran diversidad de temas, procesos e

innovaciones tecnológicas, recorridos geográficos, paisajes y culturas, todo ello dentro de ciertas exigencias tecnológicas y de alta calidad en la producción audiovisual, de otro lado, en virtud de sus *controles narrativos* y su preocupación por el *rating*, terminan excluyendo temas eventualmente conflictivos o despojando de su conflictividad y de sus aristas política o socialmente espinosas y polémicas, los temas abordados. Como lo anotaba un representante de *Discovery Channel* en un evento realizado en Bogotá en agosto de 2001, «estamos mirando los *ratings* ahora» y «nos protegemos contra demandas, evitando algo que pueda causar malestar a algún grupo o persona».<sup>10</sup>

Fenómenos similares de homogeneización, de utilización comercial y profana de tradiciones rituales de comunidades étnicas por parte del etnoturismo y del turismo ecológico, así como de uniformización o *ecualización* de músicas folclóricas y étnicas, pero también de músicas más masivas como el *pop*, están sucediendo en la industria musical global, incluso en algunas de sus ramas alternativas como la *world music*. La despolitización, el no abordaje en las canciones de temas polémicos y conflictivos que signifiquen denuncia, protesta u opción radical por alguna causa que implique algún nivel de contestación o de crítica social, sumados además a las estrategias mercadológicas de construcción del artista por parte de sus *managers*, constituyen hoy exigencias obligadas para el ingreso del futuro o la futura *star* al mercado global del espectáculo y a sus privilegios económicos y de reconocimiento simbólico y mediático.<sup>11</sup>

Como se desprende de lo anterior, en el consumo cultural se están jugando también las políticas de la representación, de la memoria y la identidad nacional, así como de identidad



<sup>10</sup> Intervención de Lorenzo Dunoyer, de *Discovery Channel* en el Encuentro de Televisión Educativa y Cultural realizado por las universidades Nacional y Javeriana de Bogotá en la Universidad Nacional de Colombia, agosto de 2001 (apuntes personales del autor de este trabajo).

<sup>11</sup> Sobre estos temas, puede consultarse el escrito del etnomusicólogo "Perspectivas de las culturas afroamericanas en el desarrollo de Iberoamérica" (mimeo), 2002.



des o identificaciones más personales y particulares.

## Las implicaciones políticas de estos procesos para la teorización sobre los medios y el poder textual

Como vemos de las consideraciones presentadas en los anteriores apartes, estamos viviendo una época que demanda de los analistas culturales y de medios de comunicación una mirada crítica sobre el funcionamiento del poder mediático en los nuevos contextos de la globalización cultural y comunicativa hegemónica y en las nuevas situaciones nacionales condicionadas por esos procesos globales y por las nuevas formas de concentración de la propiedad sobre los medios de comunicación y las industrias culturales.

Esta mirada crítica no significa echar por la borda los aportes de la teoría de las mediaciones sociales y de las teorías de la recepción y de los usos sociales de la comunicación de masas, para retornar a posiciones defensivas y denunciadoras de corte sesentista y setentista, del imperialismo cultural y de las perversiones de la cultura de masas y de los *mass media*. Pero sí significa retomar la cuestión de las implicaciones políticas del poder textual que se ejerce hoy desde y en los medios, y del control de la oferta de representaciones y sentidos detentado por los emisores de mensajes informativos y de opinión a nivel global, nacional, regional y local, y por los diseñadores de bienes simbólicos para el consumo global.

Estos nuevos tiempos imperiales, globales y nacionales, de crecimiento del poder económico y simbólico de las industrias culturales globales, de funcionamiento de los medios antes

que como un foro abierto de competencia entre distintas versiones y opiniones acerca de la realidad, como instancias de control político y social de la población a través del inculcamiento de ciertas lecturas dominantes de la realidad, nos obligan a volver la mirada, y esto no deja de ser un tanto irónico, sobre la parte de verdad y el lado sensato de viejas categorías que considerábamos superadas, como «aparatos ideológicos de Estado» y «alienación».

Es claro que no se trata de volver al funcionalismo marxista en la mirada sobre las relaciones entre los medios y la sociedad, a aquellas visiones mecanicistas y absolutas donde la dominación mediática implicaba un cierre total donde la única alternativa que quedaba abierta era la de la subversión política y militar del sistema y el reemplazo del subsistema mediático por uno totalmente nuevo y revolucionario en manos del pueblo y de sus élites esclarecidas. Tampoco de retornar a la idea de la alienación como falsa conciencia, sobre la base de la suposición de que existe una conciencia verdadera, asociada a una única ideología emancipadora. Creo que de lo que se trata es de volver a pensar la dominación y el poder mediáticos, con todos los matices y problematizaciones aportados por la teoría de la recepción y de las mediaciones sociales de la comunicación en cuanto a la influencia social de los medios, pero también con todas las potencialidades en términos de alternatividad política y cultural, de pluralismo de la representación y de alteridad que esas mismas teorías entrañan. Y simultáneamente proponer políticas públicas culturales y comunicativas que democratizen y pluralicen la emisión, tanto en el plano político y cultural, y no sólo en los medios público-estatales, sino también en los privados y comerciales, donde también se juega, a su manera, lo pú-

blico. Políticas que hagan que la reivindicación retórica de la diversidad cultural pregonada a menudo por los funcionarios culturales del Estado, se corresponda con un cierto equilibrio y equidad en el acceso a la emisión.

## A modo de conclusión

Estamos requiriendo, a nivel del sistema global y de los sistemas nacionales de información y de producción industrial de bienes culturales, de espacios intermedios en cuanto *otros nichos* o nichos alternativos para la representación escrita y audiovisual crítica del mundo actual, de nuestras sociedades nacionales, sus conflictos, esperanzas y alternativas. Las empresas públicas de medios (como *Señal Colombia*), los productores independientes, asociaciones creativas de periodistas y comunicadores sociales interesados en la construcción de ofertas informativas y simbólicas alternativas que no aspiran ni pretenden el logro de la hipermasividad en sus producciones, podrían jugar un papel importante en la constitución de esos espacios intermedios.

Este trabajo tendría que hacerse eludiendo visiones apocalípticas y condenatorias de la cultura de masas; reconociendo posibilidades, visualizando y construyendo alternativas dentro de lo masivo, pero sin ninguna ingenuidad ante las exclusiones, los controles narrativos, los monopolios de la representación, las construcciones mercadológicas y las imposiciones simbólicas de las industrias mediáticas contemporáneas.

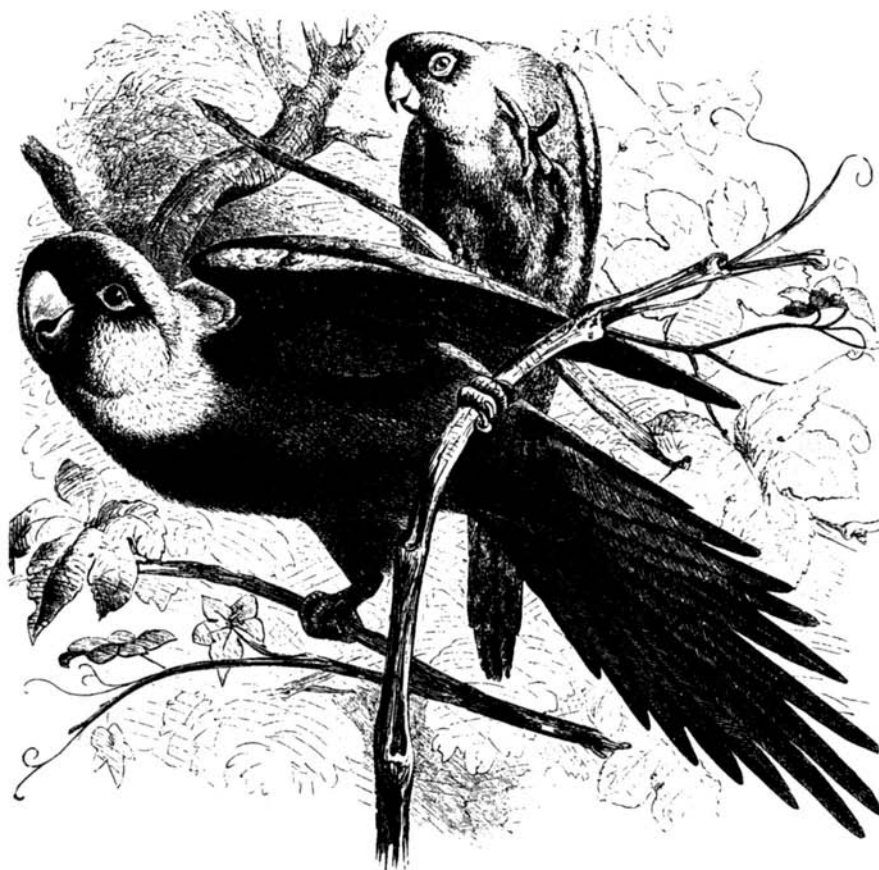
En cuanto a la representación mediática del conflicto armado colombiano y las posibilidades de un relanzamiento en un futuro mediato de un nuevo proceso de diálogos de paz, es importante y necesario continuar la revisión crítica del comportamien-



to de los medios en el cubrimiento de ese proceso, pero también de las concepciones y comportamientos comunicativos de todos los actores del conflicto. La responsabilidad por la comunicación de un proceso de paz no recae solamente en los medios y en el periodismo, sino también en los propios actores de la guerra y en sus disposiciones a ceder y a encontrar consensos y acuerdos que hagan viable la solución política negociada.

En medio de las tendencias imperiales anotadas al comienzo de este artículo, de las homogeneizaciones derivadas de las políticas e ideologías antiterroristas estimuladas por el nuevo contexto internacional creado luego de los atentados terroristas contra las Torres Gemelas y el Pentágono el 11 de septiembre del 2001, es muy importante hacia el futuro de los acuerdos de paz con las guerrillas de las Farc y el ELN, mantener en la política colombiana una perspectiva estratégica de negociación política que reconozca el estatus político de la guerrilla (a pesar de todos sus cruces con acciones de delincuencia común), que evite fenómenos de bandolerización ya vividos en anteriores reincorporaciones de insurgentes a la vida civil de las cuales tendríamos que aprender, y que posibilite y estimule la ampliación del espectro político y la conformación de fuerzas políticas alternativas en el país, para que ese potencial guerrillero de destrucción y de contestación por la vía de las armas pueda reconvertirse en un potencial de creación y construcción, de apertura democrática de la vida política y de trabajo por la justicia social desde la vida civil.

No sobra recordar, concluyendo estas reflexiones, que en medio de las actuales circunstancias colombianas mantiene una inmensa validez la tesis del maestro Jesús Martín-Barbero sobre la profunda contradicción



existente en Colombia entre la opulencia tecnológica de nuestros medios masivos de comunicación y la brutal incomunicación en que vivimos los colombianos:

“En Colombia los años 80 han sido los años del despliegue de las industrias de comunicación. Tenemos uno de los sistemas de radio más modernos de América Latina y un buen desarrollo de la televisión, tanto en el aspecto tecnológico y empresarial como en el de la competencia comunicativa y estética. Estamos asistiendo al despliegue de toda la parafernalia tecnológica de los enlaces vía satélite, las antenas parabólicas, las redes de cable y la telefonía celular. Pero al mismo tiempo Colombia vive uno de los quiebres más profundos en la comunicación de sus colectividades. Es una paradoja bien flagrante: pocos países

viven un desarrollo tan pujante de los medios y las tecnologías y una crisis tan honda de la convivencia, de la comunicación entre las colectividades que lo conforman como pueblo, como nación”.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Martín-Barbero, Jesús, “Comunicación y modernidad en América Latina”, Martín-Barbero, Jesús, *Pre-Textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*, Centro Editorial Universidad del Valle, Cali, 1995, p. 167.



Rossana Reguillo  
Profesora-investigadora del  
Departamento de Estudios Socioculturales,  
Iteso, Guadalajara, México.

# La relación entre ciudadanía y comunicación

Rossana Reguillo

*Los Estados varían, por supuesto, en su habilidad para penetrar en cada una de las grietas y rincones de la vida cotidiana... los fracasos de los Estados-nación para definir y contener la vida de sus ciudadanos están inscritos en letras mayúsculas en el galopante crecimiento de las economías informales, los ejércitos y los policías privados y semi-privados, los nacionalismos secesionistas, y en toda una variedad de organizaciones no gubernamentales que proveen una serie de alternativas al control nacional de los medios de subsistencia y justicia.*

Arjun Appadurai, *La modernidad desbordada*

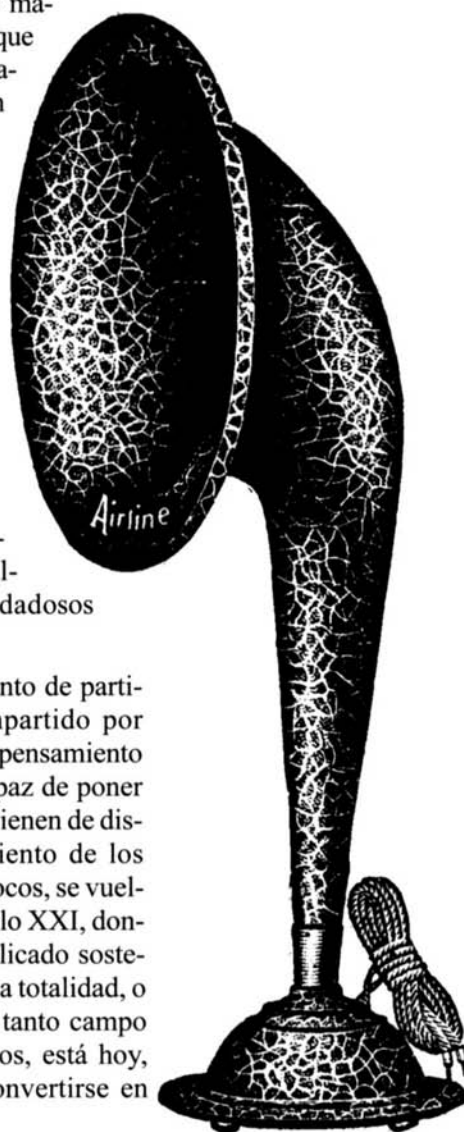
A partir del 11 de septiembre de 2001, el mundo no es el mismo. Más allá del acontecimiento en sí mismo, la implosión de las torres gemelas constituye la evidencia, contundente, de que la sociedad moderna ha sido alcanzada por sus propias contradicciones, o utilizando las palabras del historiador inglés Eric Hobsbawm, “hay síntomas externos e internos de que hemos alcanzado un punto de crisis histórica”.

Así, el ataque terrorista en territorio norteamericano es un síntoma que opera como un revelador de un conjunto de procesos sociales “más profundos” cuya complejidad y magnitud apenas están dibujándose.

De este entramado de sucesos, imágenes y discursos, me interesa colocar tres asuntos, como una plataforma desde la cual pensar la relación entre comunicación y la ciudadanía.

En primer término, lo que tiene que ver con la globalización como fuerza que replantea no sólo las relaciones económicas entre países sino, de manera especial, como un modelo que pone a discusión la idea del Estado-nación, cuya reconfiguración resulta clave para pensar la ciudadanía; en segundo lugar, la circulación planetaria de imágenes, cuya ubicuidad e instantaneidad, ponen de manifiesto la consolidación de un nuevo espacio público global que se vincula al nuevo poder de representación; y en tercer término, la relación entre el endurecimiento creciente de los poderes frente a la emergencia de una ciudadanía local-globalizada que demanda cuidadosos análisis.

Esta discusión tiene un punto de partida, el convencimiento –compartido por muchos– de la necesidad de un pensamiento “postdisciplinario” que sea capaz de poner en diálogo los saberes que provienen de disciplinas diversas. El agotamiento de los acercamientos cerrados y unívocos, se vuelve evidente en la escena del siglo XXI, donde cada vez resulta más complicado sostener la especificidad sin perder la totalidad, o al revés. La comunicación en tanto campo de saberes y de procedimientos, está hoy, más que nunca, llamada a convertirse en una ciencia de frontera.





Por ello, intentaré colocar algunos elementos para pensar la ciudadanía desde la comunicación y, de manera especial, la comunicación desde la ciudadanía.

## El debate: ciudadanías y poder

A lo largo de la historia reciente (siglos XIX y XX), una de las tensiones constitutivas de la sociedad, es la que representa la necesidad de un Estado rector lo suficientemente fuerte para regular y arbitrar en el conflicto social y la generación de instrumentos y procesos organizativos que acoten al mismo tiempo el poder absoluto del Estado.

La ciudadanía es una categoría clave que se levanta precisamente como una mediación que por un lado, define a los sujetos frente al Estado-nación, y por el otro, protege a los sujetos frente a los poderes del Estado. Se trata pues de un complicado y delicado mecanismo (no estático) de derechos y obligaciones, que sirve en primer término para pautar las reglas del juego social, cuyo sentido es mantener el equilibrio entre la libertad y la seguridad.

Se puede afirmar que “definición y protección” constituyen el núcleo de la idea de ciudadanía. “Definir” alude al establecimiento de un sistema de clasificación que atribuye cualidades y caracteres de algo o de alguien, que son indicados de manera clara y precisa. Ser ciudadano es entonces pertenecer a una “clase” de cualidades y características que han sido establecidas, regularmente, desde el propio Estado.

Tres modelos de ciudadanía han venido rigiendo en la historia contemporánea, en términos laxos: la ciudadanía civil, bajo la que quedan englobados o definidos todos los habitantes dentro del territorio del Estado-nación; la ciudadanía política que establece otras definiciones, al elevar a la condición ciudadana sólo a aquellos individuos que reúnen ciertas características: la edad, un “expediente” limpio, y en un principio, el género; y, finalmente, la ciudadanía social, que aparece en la fase del Estado de bienestar y que, vinculada a la civil, otorga a to-

dos los miembros del Estado nacional, un conjunto de beneficios sociales como la educación, la salud, la vivienda, etc.<sup>1</sup>

Sin embargo, sabemos que aunque esta definición en el papel es impecable y obedece a una lógica más o menos incluyente, por la vía de los hechos ha generado terribles y dolorosas exclusiones e injusticias.

Porque si bien la dimensión civil asume como definición de ciudadanía a todos los miembros de un territorio nacional, las evidencias empíricas señalan la extrema vulnerabilidad de ciertos grupos sociales frente a la nación; en términos históricos principalmente los indígenas, y actualmente, los indígenas, los grupos homosexuales, las minorías religiosas, las jóvenes, las mujeres, entre otros. Así, el derecho ciudadano por la vía territorial, es un criterio siempre en fuga que se vincula a la marginación y a la exclusión de grupos que no se consideran —desde la lógica dominante— merecedores de la definición ciudadana; situación que hoy se agudiza y se complejiza en virtud de la ola acelerada de migraciones planetarias, asunto sobre el que volveré más adelante.

Y en el plano de lo político, la situación no es mejor. Si esta dimensión se define especialmente por el derecho a la participación en los asuntos de interés colectivo (lo electoral es su piedra angular), resulta ampliamente documentable que en este nivel se agravan los procesos excluyentes de la dimensión civil, al excluir del ámbito de las decisiones y de las participaciones a los sectores vulnerables cuya capacidad de acción pública se ve reducida por la organización partidista y corporativa que no logra admitir la esfera de las diferencias culturales como un elemento sustantivo para la decisión y participación política. La cuestión de géne-

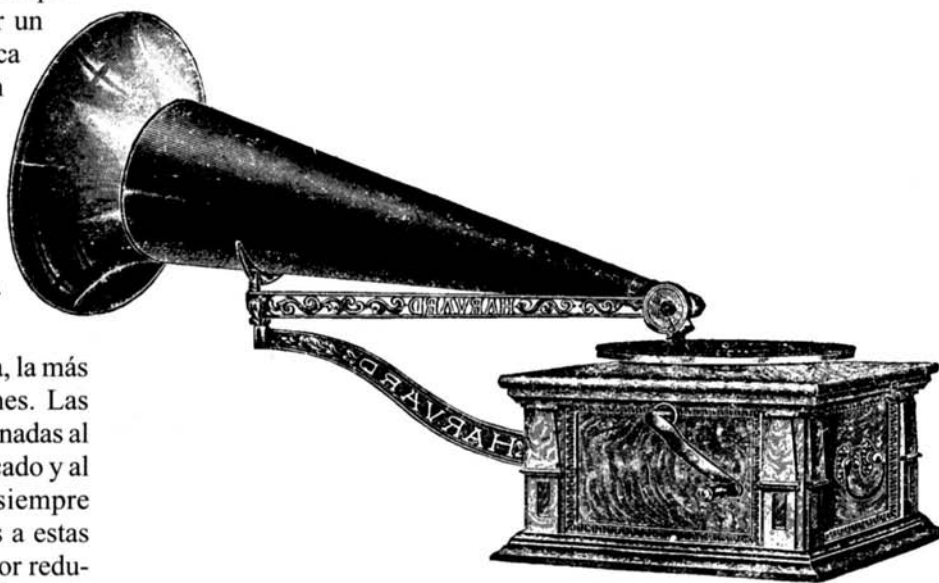
<sup>1</sup> Para un tratamiento más profundo de estos elementos, ver Marshall, T.H. (1965), *Class, citizenship and social development*, New York, Anchor Books. Y, para un análisis empírico, R. Reguillo (1996): *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre, comunicación*, Universidad Iberoamericana/Iteso, Guadalajara.



ro, las adscripciones religiosas, las complejas pertenencias culturales, son por un lado invisibilizadas en la fase política de la ciudadanía, y por el otro, son homogeneizadas por las maquinarias partidistas. En este nivel, ser ciudadano, más allá de la emisión individual del voto, equivale a fundirse (y desaparecer) en un sistema sectorial poco propicio para la inclusión de la diferencia.

La ciudadanía social, es sin duda, la más golpeada de todas estas dimensiones. Las políticas económicas neoliberales aunadas al fortalecimiento de la lógica del mercado y al entreguismo, no necesariamente siempre perverso, de los Estados nacionales a estas políticas y lógicas, han terminado por reducir al límite de lo tolerable, las políticas públicas destinadas a brindar, aunque sea mínimamente, el acceso a ciertas garantías sociales, fundamentales para sobrevivir a las condiciones que impone el libre comercio y el debilitamiento del Estado. La pobreza, las precarias condiciones de salud, la falta de escolaridad, el desempleo, la violencia y la inseguridad, pueden ser leídos como síntomas graves del repliegue del Estado-nación que abandona a su suerte a los más vulnerables, que son los no-ciudadanos, los cuerpos prescindibles, la molestia permanente de cara al triunfo de un proyecto que sólo considera “ciudadanos” a los que pueden hacer frente al consumo y acatan dócilmente los mandatos de los “nuevos” poderes.

A estas dimensiones hoy se añade lo que desde el análisis cultural de origen chicano<sup>2</sup> se denomina “ciudadanías culturales”, que colocan en el debate aspectos que no fueron considerados en las otras dimensiones, la cultura como plataforma para la ciudadanía o en otras palabras, la consideración de las pertenencias y adscripciones de carácter cultural como componentes indisociables en la definición de la ciudadanía. Esta cuarta esfera o nivel, que aparece como un tema de discusión en la era de la sociedad global, tiene de un lado, la ventaja de volver visibles los olvidos y exclusiones de las etapas civiles y políticas en la configuración de lo ciudadano y, de otro lado, su irrupción en el de-



bate ha permitido proyectar hacia el futuro los desafíos a los que habrá de enfrentarse la reconfiguración de la ciudadanía en el contexto de las migraciones masivas y de las diásporas que se diseminan hoy a lo ancho del planeta.

El tema resulta sumamente complejo, tanto por la multidimensionalidad de factores involucrados, como por la “inestabilidad” en la escena político-social y la velocidad con la que se están definiendo y redefiniendo lo que habrá de ser el proyecto o modelo societal del futuro. Las claridades son pocas y la incertidumbre es, paradójicamente, la única estrategia “sólida” para pensar en lo contemporáneo.

El debilitamiento de los Estados nacionales y el aumento de los flujos de personas, bienes e información, colocan una de las contradicciones fundamentales del momento: la relación entre el poder del Estado y la ciudadanía.

Si de un lado hay suficiente evidencia para documentar el repliegue del Estado nacional de sus responsabilidades sociales, lo que contribuye a ensanchar la indefensión y vulne-

<sup>2</sup> Ver Renato Rosaldo (1989), *Culture and Truth: the remaking of social analysis*, Boston, Beacon Press.



rabilidad de numerosos sectores de la sociedad a los que no les basta el cobijo de un territorio nacional ni los alcanza el beneficio de una política social compensatoria, es, de otro lado, constatable la precariedad en la que se encuentran los millones de migrantes que son vistos como amenaza en la comunidad de destino o “de adopción” y vistos como estorbo patológico en la comunidad de origen. ¿Quiénes son los ciudadanos hoy?

¿Cómo pensar la ciudadanía en este contexto y cómo acercarse al papel de la comunicación como pensamiento y como práctica en una sociedad que se debate entre la aceptación y la inclusión de la diversidad y el rechazo autoritario y excluyente de todo aquello que ponga en peligro la precaria estabilidad del *locus*?

Para despejar estas interrogantes, me parece fundamental, primero, colocar la discusión entre las dimensiones de lo público y de lo privado.

### La pesadilla orwelliana

La definición de lo público ha sido siempre complicada. Desde ciertas perspectivas, lo público corresponde a lo estatal frente a lo privado que representa el ámbito de la sociedad; otra acepción del término, atribuye a lo público la cualidad de lo “publicitado”, lo que es del dominio de todos, frente a lo privado, que corresponde al mundo íntimo; público también se utiliza en su asociación con el espacio para referirse al territorio (real o virtual) cuyo acceso generalizado debe estar garantizado por el Estado, frente al espacio privado, que se distingue por un conjunto de normas y restricciones bajo el control de un grupo particular.

Pero lo que une estas diferentes acepciones, es que todas aparecen para definir y limitar el poder del Estado en cuestiones claves para la libertad y bienestar de la sociedad. Por ejemplo, de la figura de un poder totalitario (por ejemplo, el señor feudal) que controla hasta los pensamientos de sus ciudadanos, poco a poco se transita a un modelo en el que los asuntos vinculados a la moral, a la sexualidad, a la religiosidad, es decir,



al mundo de las creencias y opciones personales, queda protegido de la intromisión y vigilancia del Estado, que sólo habrá de regular, vigilar e intervenir en aquellos asuntos de interés colectivo que por su carácter se consideren “públicos”, es decir, del dominio de todos, válido para todos, compartido por todos, en beneficio o perjuicio de todos. Lo privado es entonces una protección frente al ojo vigilante del Estado y una garantía fundamental vinculada a las conquistas sociales en torno a la democracia.

Lo público, es, sin embargo, una dimensión que determina la “salud” de una comunidad comprometida consigo misma para equilibrar y garantizar que todos sus miembros gocen de los mismos derechos y beneficios. Por ejemplo, el acceso irrestricto al espacio público: plazas, parques, ciertos edificios, la calle (el signo de lo público por excelencia), derecho que no puede ser violado por motivos de pertenencia a una religión, a un estrato socioeconómico, a una etnia o por razones de edad o de apariencia. Garantizar este derecho le compete a la autoridad. Vemos, sin embargo, que una política excluyente avanza, sin ningún pudor ni silencio para expulsar de la calle y de la palabra pública a los no-ciudadanos, los pobres, los indígenas, los jóvenes. Lo público pierde así su condición de espacio de encuentro y de conversación entre los diferentes que constituyen una sociedad. Y el Estado insiste en invisibilizar a los



muchos y restringir la condición de ciudadanía a un conjunto de parámetros formales que se agotan en los procesos electorales.

De cara al espacio privado (que no es lo mismo que la privatización del espacio que avanza de manera preocupante, por ejemplo en el cierre de colonias y barrios residenciales), es importante considerar que los diferentes grupos sociales, empresarios, educadores, comerciantes o particulares, tendrán también el derecho a establecer los mecanismos de control y restricción de acceso, no sólo frente a la autoridad, sino frente a otros grupos sociales.

Las fronteras que separan lo público de lo privado, son sutiles, por ello mismo los instrumentos legislativos han buscado establecer con cierta precisión los límites de la actuación del Estado. Las constituciones son eso, un instrumento rector que define y le da marco legal, a las reglas de un juego que no puede ser cambiado arbitrariamente en beneficio del poder.

Cuando se acrecienta la crisis y el conflicto social, cuando la sociedad da muestras de descontento y establece mecanismos de protesta y de resistencia tanto a nivel local como global, lo primero en verse amenazado es la frontera entre lo público y lo privado.

Una ecuación simple y no por ello reductora, podría formularse de la siguiente manera: a mayor debilidad del aparato de Estado, mayor intromisión en los asuntos de carácter privado; o en otras palabras, cuando lo público pierde esa condición por el exceso de controles que impone un poder temeroso de su propia debilidad y preocupado por su falta de legitimidad, se las arreglará para intervenir y controlar el ámbito de lo privado, en tanto le asusta que “lo privado” pueda convertirse en una fuente de amenaza para su debilitado control. El autoritarismo no es signo de fuerza sino de debilidad.

El riesgo que las sociedades enfrentan de manera más clara a partir del 11 de septiembre de 2001, es el del desdibujamiento de la frontera entre lo público y lo privado. Este riesgo es la anticipación de la pesadilla

orwelliana y la posibilidad de convertir la sociedad en la casa del *Big Brother*, sometida al ojo todopoderoso de un poder que se autoadjudica el derecho a intervenir no sólo en las acciones (privadas) de los ciudadanos, sino en la anticipación de “sus malos pensamientos” y de manera más grave, la potestad absoluta sobre la vida de los ciudadanos, inermes frente a la actuación omnipotente del Estado.

La tentación autoritaria está ahí, a la vuelta de la esquina. Abrirle la puerta por el temor que genera una sociedad cambiante, diversa, perseguida por “nuevos” problemas como las drogas, la delincuencia organizada, la violencia, la exposición constante a otros modos de vida, la inmigración, la pobreza, los cambios en los patrones estéticos, entre otro variado y complejo conjunto de acontecimientos que irrumpen en la escena del siglo XXI, es arriesgar lo fundamental: la posibilidad de un equilibrio social basado en un espacio público vigoroso y al mismo tiempo respetuoso de la privacidad y de la diversidad.

Este es un contexto, sin el cual la discusión en torno a la ciudadanía, es un debate hueco y carente de referentes.

### Pensar la comunicación desde la ciudadanía

En términos generales, desde la academia hay una fuerte tendencia a colocar primero el conjunto de conceptos y categorías que con carácter comprensivo y explicativo se usan para dar cuenta de un “fenómeno”. Quisiera proponer aquí la operación inversa y tratar de plantear una agenda de preguntas que desde la ciudadanía, pueden formularse al estudio y a la práctica de la comunicación en un mundo globalizado.





Me voy a servir para ello de algunos relatos.

### ***Imagen 1: la disputa por el “globo”***

Cuando en 1999 en Seattle se hizo visible que la globalización como destino inexorable y fatal enfrentaba por primera vez una resistencia organizada que no había sido fagocitada por ningún partido político y articulaba una participación diversa, desde el principio nada complicado de “me represento a mí mismo o a mí misma”, las brújulas etiquetadoras se dislocaron: “los protestantes” no eran ni miembros de partidos políticos, ni líderes obreros o campesinos, ni perversas feministas, ni famosos sindicalistas, sino en su mayoría, apenas “ciudadanos de a pie”, de esos que el poder descalifica y a la televisión le dan flojera. Y los grandes medios de comunicación, fanáticos del pensamiento simple y del trabajo de escritorio, se lanzaron a la fabricación, primero, de la teoría del complot que buscaba en *medium shot*, con la consecuente pérdida de los detalles (los microencuadres nunca han sido la fortaleza de los medios, especialmente de los electrónicos), a los maquiavélicos cerebros que habían orquestado tan inesperada aparición. Los datos vinieron a confirmar que el mecanismo de convocatoria no había sido una clave cifrada, ni un santo y seña staliniano, sino apenas una página en Internet y un sistema de redes y de lista de correos. ¡Oh sorpresa! La globalización tomaba otro giro y la sociedad estaba entonces aprendiendo a servirse de las fisuras y de los mismos instrumentos del sistema.

Vino entonces, la necesidad urgente de referirse a “los protestantes” de algún modo, porque en “la tele” lo que no tiene nombre no vende y me cabe el dudoso honor de ser la compatriota del artífice de la denominación (en aquellos tiempos el presidente de México), Ernesto Zedillo, que acuñó el célebre epíteto de “globalifóbicos” para bautizar a los manifestantes en la reunión de Davos en el 2000, sin imaginar que hacía su aportación a la historia de las simplificaciones y proporcionaba a los ávidos medios, un vocablo poderoso, por sintético y estigmatizador,

para referirse a la emergencia de una ciudadanía globalizada.

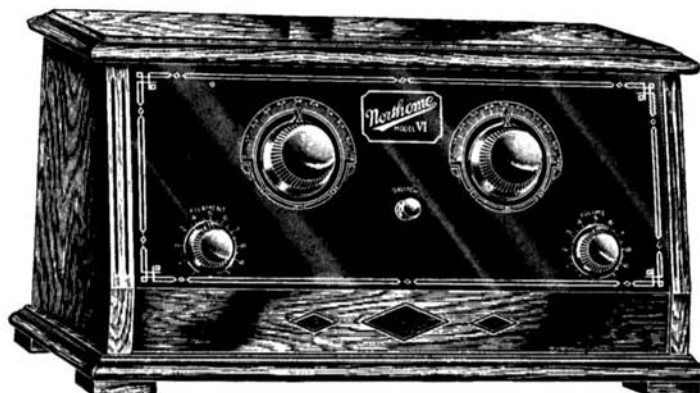
A partir de entonces, desde la CNN, centro difusor de la ideología neoliberal, “globalifóbicos” se convirtió en sinónimo de “necedad” y en la forma de nombrar y hacer visibles sólo los “desmanes”, los excesos de esta tribu global, pero haciendo desaparecer de la esfera pública el discurso, las propuestas, los análisis presentados.

A partir de este relato, se configuran una serie de preguntas centrales:

1) La emergencia de nuevas formas de protesta y resistencia frente al orden global, demandan de la comunicación la elaboración de nuevos instrumentos de análisis y de propuestas conceptuales, capaces de superar los acercamientos tradicionales a las llamadas audiencias o públicos. La “intromisión” de la ciudadanía como dinamizador de la acción (política y comunicativa) obliga a replantear la teoría que sobre los sujetos sociales ha sido elaborada desde la comunicación<sup>3</sup>.

2) Expresiones sociopolíticas de esta naturaleza, lanzan el reto de un análisis fino tanto de los instrumentos como de los códigos a través de los cuales se expresa esta ciudadanía. Quizá, en el conjunto de las ciencias sociales, la comunicación está mejor “equipada” que sus parientes cercanas: la sociología, la politología o incluso, la antro-

<sup>3</sup> Un tratamiento más profundo de este tema puede verse en R. Reguillo, “El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada”, en *Revista Análisis*, UAB, Barcelona (en prensa).





pología, para elaborar el análisis de la relación entre discursos y técnicas, dimensión clave y constitutiva de los nuevos movimientos tanto sistémicos como antisistémicos.<sup>4</sup>

3) Ante la complejidad de esta emergencia —una ciudadanía globalizada, que se resiste a la definición desde los parámetros de un territorio nacional—, las preguntas para la comunicación se complejizan en la medida en que:

Resulta evidente que ya no es posible mantener la investigación en el plano de lo local autocontenido y autodefinido.

Es necesario abrir el análisis al contexto histórico y sociopolítico, no como una serie de “datos” más o menos relevantes, sino como componentes indisociables del análisis sociocultural de la comunicación. Hoy como nunca el contexto es parte del texto social.

4) Y quizás, la dimensión más preocupante, es que los modos en que estas expresiones están siendo construidas-representadas por los grandes medios de comunicación, desafían a la comunicación de dos formas: como proyecto de investigación capaz de desmontar los mecanismos a través de los cuales se simplifica, se estigmatiza, se sataniza a los actores sociales; y como proyecto político capaz de colocar visiones alternativas, complejas e historizadas a los acontecimientos actuales.

### ***Imagen 2: la lucha por la visibilidad***

En la última década del siglo XX, se reactivó y al mismo tiempo se reformuló el problema y el debate en torno a lo indígena en América Latina. No son pocos los países (México, Ecuador, Perú, Colombia, principalmente) en los que buena parte de la agenda política se concentró en la reemergencia de lo indígena como un tema “nacional” de importancia crucial en la redefinición de la modernidad y la discusión sobre las políticas públicas. Pero más allá (o más acá, según se vea) del análisis conceptual, lo que me interesa aquí es señalar la nueva visibilidad del “relato indígena” y su relación con el tema de la ciudadanía.

En el caso mexicano (pensado casi siempre como “paradigma” del mestizaje), la irrupción, en 1994, de los indígenas zapatistas, lanzó dos desafíos al Estado y a la sociedad mexicana. La consigna “Nunca más un México sin nosotros”, que levantó el Ejército Zapatista, trajo consigo la evidencia de las exclusiones y las desigualdades en las que se asentó el proyecto nacional; colocó como un tema ineludible el sistema de distribución inequitativa en el acceso a la ciudadanía.

Lo novedoso de su lenguaje, de los símbolos y de las estrategias comunicativas, empleados en su lucha, como formas discursivas complejas, consolidó, lo que a mi juicio se había venido dibujando como una de las características más fuertes de los nuevos movimientos sociales: lejos de estar interesados en la toma directa del poder, se trataría de favorecer otras formas de ejercicio del poder.

De este analizador, se desprenden también preguntas claves para la agenda de investigación en comunicación.

— En primer término, me parece que uno de los ejes sustantivos para la investigación en comunicación en los años por venir, está vinculado directamente a los dispositivos y estrategias de producción de visibilidad en un doble sentido: como producción de visibilidad (acceso al espacio público en condiciones equitativas de enunciación) desde los propios movimientos sociales: los cacerolazos o los piqueteros en la Argentina, constituyen un ejemplo inmejorable de lo que quiero decir. Aquí lo que estará en juego es en qué medida los movimientos sociales serán capaces de generar las condiciones para dejar de ser “rehenes de la fotografía” que los medios producen sobre ellos. Y, en segundo término, el conflicto con los poderes propietarios que controlan la esfera pública, del Estado al mercado, cuyas lógicas (diferenciadas) tenderán cada vez más a la descalificación de las reivindicaciones sociopolíticas de los movimientos, en la medida en que la invisibilización en el contexto de la sociedad de redes será crecientemente difícil.

<sup>4</sup> I. Wallerstein, Immanuel (1998), *Impensar las ciencias sociales*, Siglo XXI-Unam, México.



— La reemergencia en la escena pública de lo que llamaré aquí “identidades históricas”, aunadas al surgimiento de “nuevas” identidades, demandará de la comunicación un esfuerzo analítico de doble vía: la necesidad de historizar de manera ineludible el acercamiento a los fenómenos contemporáneos y la capacidad para enfrentar, analíticamente hablando, el acontecimiento irruptivo. En otras palabras, se tratará de generar estrategias (conceptuales y metodológicas) para trabajar en los espacios intersticiales entre continuidad y cambio.

—Y finalmente, en lo que toca a este “relato”, me parece que una pregunta urgente, es pensar si es posible hoy día hablar de ciudadanía al margen de la existencia en el espacio público, lo que significa al margen de los medios de comunicación. Lo que quiero señalar es que si el tema de la “ciudadanía indígena” logró sacudir el piso político y cultural de los proyectos nacionales, donde se han venido discutiendo estos asuntos, fue porque muchos de los movimientos indígenas lograron construir la relación entre visibilidad-enunciación-ciudadanía.

### **Imagen 3: La negación de la ciudadanía**

La madrugada del 4 de mayo de 2002, alrededor de 200 policías de diferentes corporaciones irrumpieron en una fiesta electrónica que convocaba a 1.500 jóvenes en las afueras de la ciudad de Guadalajara. Equipados con armas largas, toletes, escudos, cascos y perros sin bozal, obligaron a los jóvenes a tirarse al piso boca abajo y permanecer en esa posición por casi tres horas, mientras revisaban con lujo de violencia a los asistentes. Golpes, insultos, manoseos, fueron la tónica de un operativo en el que se decomisaron 366 tachas o éxtasis, 174 pastillas psicotrópicas, 620 gramos de marihuana y 13 pipas. La policía arrestó a 25 jóvenes, de los cuales, tres permanecen aún en la cárcel, acusados de narcotráfico.

Fue la presencia de varios fotoperiodistas y la indignación de los jóvenes que llevaron su protesta a la Comisión Estatal de Derechos Humanos, a los medios de comunicación y a la plaza pública, lo que generó un importante debate en torno a los derechos

humanos, al abuso de autoridad y a la satanización a la que han sido sometidos los jóvenes en nuestras sociedades.

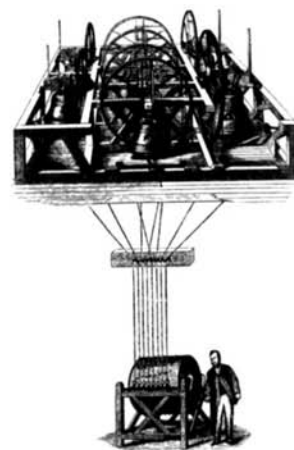
El domingo 12 de mayo, más de cinco mil jóvenes, tomaron la plaza central de la ciudad (frente a Palacio de Gobierno) para una jornada de protesta musical, en la que se intercalaron discursos con música electrónica (*house, progressive, trance*) y mucho, mucho baile.

Pero más allá de este acontecimiento inédito —la movilización de los jóvenes— lo que interesa colocar aquí es la relación entre ciudadanía, “comportamiento” y narcotráfico. Bajo el pretexto de buscar drogas, las autoridades locales descargan la fuerza del Estado sobre jóvenes en situación de indefensión (en una maniobra que hace pensar en la hipotética Francia de Le Pen) y bajo el supuesto de que estos, los jóvenes, no serán capaces de responder políticamente a la acción. Ante la protesta generalizada y la “mala prensa”, las autoridades, lejos de responder políticamente, acuden al argumento moral sobre los comportamientos “desviados” de los jóvenes y en esa respuesta, se busca justificar la violación a los derechos humanos, que deberán subordinarse a lo que el gobierno decide que debe ser el joven ideal.

El analizador me parece complejo y sumamente potente para los temas que aquí nos interesan.

1. De nuevo cuenta el problema de la visibilidad. El acontecimiento señala que los medios de comunicación como dispositivos de registro de la realidad, juegan (pese a sí mismos) un papel crucial para generar contrapesos al poder del Estado. El ojo vigilante de los medios representa un muro de contención, que aunque inestable y precario, obliga a la autoridad a re-considerar ciertas acciones. Frente al abuso desmedido de la violencia institucionalizada, los medios, junto con importantes instancias derivadas de la democratización en América Latina, constituyen espacios de capital político para impulsar las luchas ciudadanas.

2) La yuxtaposición de las esferas de la ciudadanía (en este caso, política y civil) genera de un lado confusiones para pensar en





quién es el sujeto ciudadano, es decir, quién es el sujeto de derechos y obligaciones del pacto social y de otro lado, provee de “justificaciones” para el abuso de la autoridad. Desde el punto de vista civil, los jóvenes aludidos son mexicanos; pero desde el punto de vista político, la apuesta —errónea— de la autoridad fue que en esa fiesta no había “ciudadanos”, sino “menores de edad”. Pero los “menores de edad” fueron capaces de presentar denuncias y de plantarse frente a la autoridad y, además, el mayor número de asistentes a esa fiesta tenía más de 18 años, es decir, eran “ciudadanos con credencial para votar”. Tratando de trascender el plano de lo anecdótico, me parece que lo sustantivo estriba en el hecho de que acontecimientos como el relatado, son indicios que pueden permitir avanzar la agenda de investigación en comunicación de cara al análisis, reconocimiento y desmontaje de los “modelos” de ciudadanía implícitos en los discursos sociales tanto de las autoridades como de la misma sociedad.

3) Un asunto importante lo constituye la “moralización” del espacio público, derivada de los neopopulismos y derechización que avanza en Latinoamérica. Hay ahí un tema relevante para la investigación.

Pero quizás, lo más llamativo y lo más esperanzador de este caso, estribe en la ratificación de que es en los territorios de la cultura, donde hoy día numerosos movimientos sociales, no sólo los jóvenes, están dando la batalla política en nuestras sociedades. La culturalización de la política, levanta como dimensión crucial tanto para la agenda de investigación como para la vida, la idea de una ciudadanía cultural, capaz por un lado de incorporar las dimensiones anteriores (civil, política, social), y al mismo tiempo de constituirse como un espacio de resolución del conflicto principal que enfrenta y enfrentará la sociedad del siglo XXI, la inclusión de la diferencia en condiciones de igualdad.


Con estos tres relatos, uno de carácter global, otro nacional y uno local, he tratado de aportar algunos elementos para la agenda tanto política como de investigación de cara a un proyecto comprensivo de la comunicación que no puede restringirse simplista y cómodamente al estudio de los me-

dios. Parafraseando a Wallerstein, “abrir las ciencias de la comunicación”, pasa por abrir la reflexión a la complejidad, al diálogo interdisciplinario, y de manera especial a la posibilidad de construir una sólida teorización sobre los actores sociales que, en el barrio, en la casa, en las pantallas, en los parques, en los periódicos, en el mitin, esperan, sin demasiada fe en el futuro, una razón que más allá del consumo y de las elecciones, los vuelva reales como ciudadanos, es decir, les otorgue un lugar en un mundo que afina sus garras y sus instrumentos para la exclusión.

La levedad de la huella ciudadana, exige la persecución nomádica e itinerante de las formas diversas que ella asume.

Guadalajara, 26 de mayo de 2002

**Correos  
de Colombia**



**ADPOSTAL**  
*¡Llegamos a todo el mundo!*

**CAMBIAMOS PARA SERVIRLE MEJOR  
A COLOMBIA Y AL MUNDO**

**ESTOS SON NUESTROS SERVICIOS**

VENTA DE PRODUCTOS POR CORREO  
SERVICIO DE CORREO NORMAL  
CORREO INTERNACIONAL  
CORREO PROMOCIONAL  
CORREO CERTIFICADO  
E.M.S. INTERNACIONAL  
SERVICIO POST EXPRESS  
RESPUESTA PAGADA  
ENCOMIENDAS  
FILATELIA  
CORRA  
FAX.

Le atendemos en los teléfonos Nos.  
2438851 - 3410304 - 3415534  
980015503 - Fax 2833345

**Visite nuestra página web  
www.adpostal.gov.co**





# **Centro de Documentación**



## **Foro Nacional por Colombia**

**El Centro de Documentación fue creado en 1985 con el propósito de apoyar las diferentes actividades de investigación y formación e intervención que desarrolla la Fundación. El Centro de Documentación presta sus servicios a investigadores, profesores, funcionarios públicos y estudiantes, quienes tienen la posibilidad de consultar alrededor de 50.000 volúmenes en diversas áreas temáticas de las Ciencias Sociales**

**Actualmente la Fundación cuenta con dos centros de documentación en las ciudades de Bogotá y Cali.**

**Información: Fundación Foro Nacional por Colombia**

**Carrera 4ª No. 27-62 Teléfonos 2822550 2836045**

**Fax 2861299 Bogotá D.C.**

**Foro Nacional por Colombia**

**Capítulo Valle del Cauca**

**Carrera 36 B No. 6-35**

**Teléfonos 5141141 5581534**

**Cali, Calle**

**E-mail: fnalcol telesat.com.co**



Jordi Borja

Consultor y asesor internacional  
en materias urbanas

# Participación Ciudadana: una cuestión política

Jordi Borja

## 1. La participación, un desafío, una oportunidad, una cuestión política.

El gobierno local tiene el privilegio de la proximidad. Lo tiene que merecer utilizando bien esta ventaja. O sea estableciendo una relación diferente con la sociedad civil. La descentralización, la comunicación permanente, las políticas públicas integradas, la participación ciudadana en todas sus formas posibles ... tienen que caracterizar la gestión local, independientemente del tamaño y la población, del color político y de las urgencias urbanas.

El ámbito municipal es el lugar de "otra política", de las relaciones personalizadas entre electores y elegidos, de la adecuación de la gestión pública de los equipamientos y servicios a las demandas heterogéneas, incluso individualizadas, de la población, de la aplicación cuidadosa de programas de acción positiva hacia los colectivos más vulnerables, de la cooperación o concertación ágil con entidades cívicas, colectivos sociales o empresas, de la reconstrucción o "invención" de identidades colectivas, hoy más necesarias que nunca para contrarrestar los efectos de la globalización homogeneizadora.

Pero no hay que confundir gobierno local y sociedad civil, al contrario, hay que reivindicar y desarrollar el municipalismo como "poder político", "como una dimensión principal del Estado de derecho, como institución representativa y con capacidad de ejer-



Pintura de René Magritte

cer funciones de gobierno de carácter ejecutivo, legislativo y judicial, con competencias decisivas e interlocutor ineludible de los otros niveles políticos (estatales y supraestatales) en todo lo que pueda afectar al territorio y a la población del municipio.

La participación ciudadana solo será efectiva si los ciudadanos tienen delante suyo unos poderes locales con capacidad de decidir, o de incidir eficazmente delante de otros poderes políticos, económicos o culturales, si tienen competencias legales y recursos económicos para desarrollar políticas públicas en su ámbito, o sea, si tienen autoridad legitimada por su carácter institucional dentro del Estado de derecho y medios para ejercerla.

Por lo tanto crea confusión cuando los gobiernos locales quieren identificarse con la sociedad civil, llevado al extremo supo-



ne abandono de responsabilidades. Y tampoco es admisible cuando se pretende otorgar al nivel local el carácter de organismos administrativos, pero no políticos, lo cual supone su consideración de entidades subordinadas a otros poderes del Estado.

Lo que tiene que diferenciar al gobierno local es precisamente su dimensión participativa.

### ***Sobre el debate actual en torno de la democracia y la participación.***

El debate actual sobre la democracia incluye algunas cuestiones que tienen mucho que ver con el tema de este documento como son:

a) El debate sobre la representación mediante elecciones y sobre el monopolio o no de los partidos políticos como mediadores de la participación política;

b) El debate sobre los procedimientos de toma de decisiones: la votación (agregación serial de decisiones individuales), la negociación (entre actores políticos formales y no formales que resuelven en función del mercado y la relación de fuerzas) y la deliberación (confrontación en foros públicos mediante argumentaciones racionales).

c) Los debates sobre el valor de la democracia directa o autogestionaria, como alternativa o complemento de la democracia representativa, y sobre la democracia "delegativa", en la cual la sociedad civil cede la decisión a representantes legitimados por su "autoridad" (técnica, económica, social).. La democracia deliberativa.

d) El debate sobre el rol que hay que atribuir a organismos parapúblicos para la regulación y gestión de materias normativas de interés general como sucede con las Juntas electorales, consejos del sector audiovisual, organismos para tratar la problemática de sectores específicos de población (Inmigrantes, minorías étnicas, etc), cámaras de comercio y colegios profesionales, consejo de las iglesias, juntas de defensa de los consumidores y usuarios, consejos fiscales, consejo de energía, etc. Estos

órganos ejercen un poder político (legislativo, ejecutivo o judicial) y tienen a menudo una composición mixta, con participación de la sociedad civil.

e) El debate sobre la privatización de servicios y funciones de naturaleza pública y de vocación universal y sobre las formas y los procedimientos para garantizar la participación de los ciudadanos en la orientación de las políticas y en el control de la gestión.

f) El debate sobre los síndicos o defensores del ciudadano y sobre los mediadores y jueces de conciliación y arbitraje como procedimientos para acotar la democracia representativa, delegativa y burocrática, de los colectivos sociales y de ciudadanos individuales.

g) El debate sobre la participación real y la participación virtual. ¿Hay una democracia virtual?

Estos debates están vigentes y no ofrecen conclusiones simples. Es conveniente tenerlos presentes para relativizar cualquier posición fundamentalista en un sentido o en otro. La arrogancia de los representantes electos, cuando se atribuyen el monopolio de expresión de los intereses generales, es tan patética como la de cualquier colectivo o entidad que se considere "propietario" de la verdad sobre una materia o un territorio objeto de la acción pública.

La participación ciudadana es un concepto con muchos elementos de ambigüedad. No es fácil responder a preguntas elementales como:

¿Quién tiene que participar? Por ejemplo, ¿los vecinos de un barrio son los únicos interlocutores? ¿Y quien los representa? ¿Los ancianos, los niños, las minorías marginales... pueden hacer llegar su voz? ¿Y otros ciudadanos, los que van al barrio a trabajar, a comprar, a divertirse, los que pasan por ahí, los que querían ir ahí a vivir?

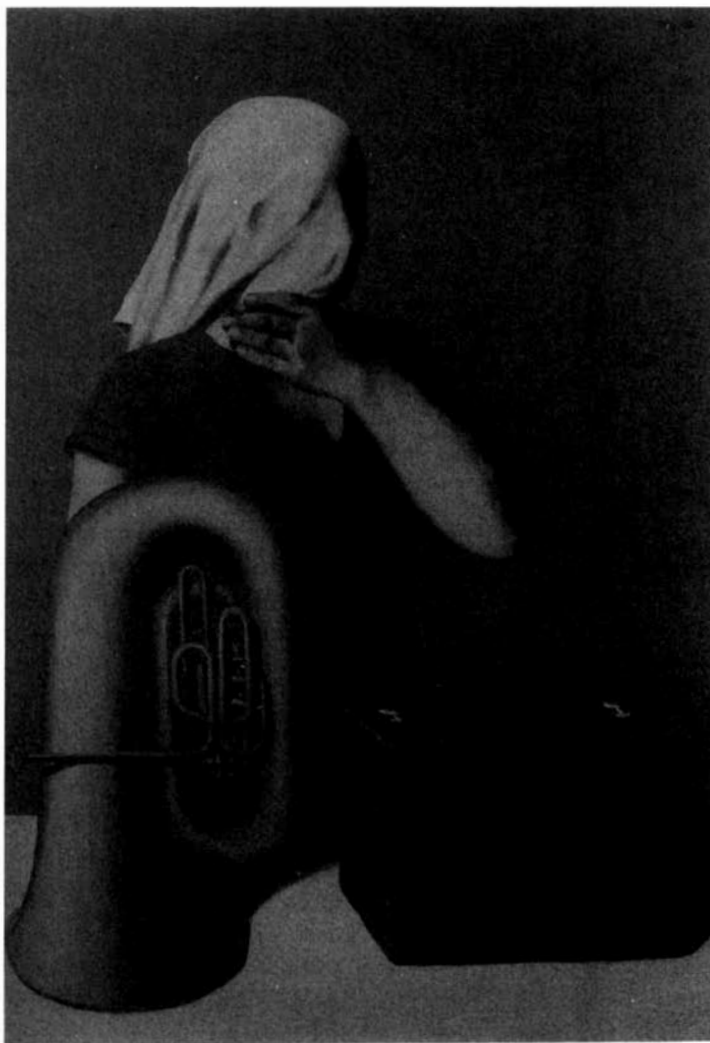
¿Cuando se tiene que participar? Es ridículo limitarse a lo que a menudo dicen las leyes, por ejemplo, sobre los periodos de información pública y los debates respecto a los planes y proyectos de urbanismo. Segu-

*Actualmente el concepto de economía "nacional" (estatal) ha perdido mucho significado. Las políticas macroeconómicas van determinadas por ámbitos y organismos supraestatales (Organización mundial del comercio, Unión europea, etc.) y las microeconómicas para empresas que gozan de una gran libertad de movimientos y para comportamientos sociales heterogéneos. Pero por otra parte las condiciones de productividad dependen cada vez más del territorio local y regional, de sus equipamientos e infraestructuras, de su accesibilidad, de su imagen de "marca" y de su marketing, de su tejido industrial y educativo, de su oferta cultural, de la cualidad de vida, del funcionamiento de los servicios públicos y de la agilidad de los trámites administrativos, de la cualificación de sus recursos humanos. Es lo que se denomina la competitividad de ciudades y regiones, actualmente mucho más significativa que la de los territorios estatales.*



ramente hay que entender la participación en el proceso de elaboración de los programas, planes y proyectos y también a la hora de hacer el seguimiento de la ejecución y en la gestión. Pero es en cambio muy discutible que se haga intervenir la participación (entendida como "vinculadora") en el momento formal de la decisión, tanto por razones de eficacia como de legitimidad.

¿En qué hay que participar? Hay materias que parecen más participativas que otras? Las relacionadas con políticas públicas de carácter social, cultural, educativo, de ocio y recreo, son las más habituales. El urbanismo y la vivienda también, aunque a menudo se concibe la participación vinculada a los más directamente interesados o afectados. Algunas materias más "novedosas" han exigido establecer formas de participación para garantizar la eficacia de la acción pública como la protección de la cualidad medioambiental, la prevención en materia de seguridad ciudadana, el control del funcionamiento de servicios de naturaleza pública privatizados o concertados. En otros casos la participación se ha considerado tradicionalmente no posible o no adecuada, como la elaboración de los presupuestos, pero la experiencia reciente de los presupuestos participativos lo ha desmentido. En principio no parece aceptable excluir materias a priori de la participación, aunque haga falta establecer diferentes formas dependiendo si se trata de participar en procesos normativos, de gestión de servicios o de control de funciones ejercidas por un agente público o privado, o de elaboración o ejecución de proyectos o programas.



Como se participa? La participación supone **información** previa, suficientemente completa y comprensible para hacerse una opinión y **comunicación** para hacer llegar esta opinión al destinatario público correspondiente. La participación requiere también espacios públicos de **deliberación** para que se confronten las opiniones y se puedan generar opiniones colectivas y movimientos sociales. La participación será efectiva si puede desembocar en una **negociación** con los interlocutores públicos que tienen que tomar la decisión, por lo cual los colectivos participantes habrán tenido que elaborar **posiciones** claras sobre la materia y designar **representantes** que tengan un margen mínimo para negociar. Y hacen falta **estructuras** tan estables como ad hoc para que la participación sea posible y algunas

normas básicas para que no dependa exclusivamente de la voluntad de los gobernantes.

¿Por qué se participa? Porque hay intereses y valores a defender, porque todos tienen que poder expresarse, incluso los más particulares, insolidarios y excluyentes (es la mejor manera de superarlos). Porque las sociedades urbanas son heterogéneas, y hoy toda la sociedad catalana es más o menos urbana, y las políticas públicas tienen que adaptarse a demandas muy diferenciadas. Porque el conflicto puede ser positivo, la cooperación social es necesaria y los poderes públicos necesitan interlocutores. Y, sobre todo, porque mediante la participación es posible que se expresen los colectivos más débiles o vulnerables, los menos escuchados, y es una responsabilidad de los gobiernos locales darles la palabra.



### ***Por nuevos derechos de ciudadanía***

La participación ciudadana es un derecho instrumental que establece una relación entre las demandas, necesidades, aspiraciones o lo que los ciudadanos –colectiva o individualmente– consideren que son sus derechos y las políticas públicas.

Las demandas ciudadanas estarán más legitimadas y tendrán más fuerza en la medida que se basen en derechos legales, reales o programáticos, o que estén considerados en el ámbito institucional o la opinión pública como tales (derechos morales). Por ejemplo: el derecho al espacio público, al lugar (o mantener la residencia en el barrio o zona donde se vive), a la movilidad y accesibilidad, a la centralidad, al acceso a las tics, los derechos específicos de la gente mayor, de los niños o de las personas con alguna discapacidad en relación al uso de la ciudad, el derecho a la cualidad medioambiental, etc.

La cultura cívica de los últimos 25 años ha legitimado como derechos, por lo menos morales, un nuevo conjunto que se pueden llamar derechos de tercera generación, respecto a los derechos civiles y políticos (primera generación) y sociales y económicos (segunda generación). Se trata sobretudo de “derechos urbanos”, pero no exclusivamente, y la participación ciudadana es indispensable para hacer valer estos derechos que en general no están garantizados plenamente por la legalidad, o lo están solo como derechos programáticos, o sea sin una garantía legal que permita reclamarlos por vías jurídicas.

## **2. Sobre el significado actual del ámbito local como realidad social y política**

### ***La revalorización “local”.***

Históricamente, desde la constitución de los Estados modernos, los poderes locales han sufrido un proceso contradictorio. Por una parte los gobiernos de los Estados han ido invadiendo, por vías legales, administrativas y financieras, su territorio, limitando sus

competencias (es difícil hoy considerar que tienen competencias exclusivas en alguna materia) y asumiendo nuevas funciones que los cambios sociales, económicos y tecnológicos han hecho necesarias, por ejemplo en infraestructuras de transportes y comunicaciones, en seguridad ciudadana o en desarrollo económico. Pero por otra parte los gobiernos locales, por su ya citada “proximidad” han sido más sensibles a estos cambios y a menudo han demostrado más iniciativa y eficacia para dar respuestas. Y sobretudo más capacidad de actuar con flexibilidad y de innovar a la hora de crear instrumentos y mecanismos para responder a los retos actuales.

Ya hemos citado antes las ventajas “comparativas” en el campo político del nivel local: proximidad, integración de políticas públicas, adecuación a demandas heterogéneas, cooperación y control social, adaptación flexible al cambio...

También hay que añadir otros dos factores que justifican la revalorización del nivel local: su valor socio-económico y la demanda cultural de identidad.

Actualmente el concepto de economía “nacional” (estatal) ha perdido mucho significado. Las políticas macroeconómicas van determinadas por ámbitos y organismos supraestatales (Organización mundial del comercio, Unión europea, etc.) y las microeconómicas para empresas que gozan de una gran libertad de movimientos y para comportamientos sociales heterogéneos. Pero por otra parte las condiciones de productividad dependen cada vez más del territorio local y regional, de sus equipamientos e infraestructuras, de su accesibilidad, de su imagen de “marca” y de su marketing, de su tejido industrial y educativo, de su oferta cultural, de la cualidad de vida, del funcionamiento de los servicios públicos y de la agilidad de los trámites administrativos, de la cualificación de sus recursos humanos. Es lo que se denomina la competitividad de ciudades y regiones, actualmente mucho más significativa que la de los territorios estatales.

Paralelamente al proceso de globalización se manifiestan dinámicas identitarias en ámbitos locales (de ciudad o pueblo, también de

*Público y privado, una dicotomía que hoy se tiende también a relativizar, lo cual comporta evidentemente ambigüedades y posibles perversiones, pero también permite experiencias de gestión interesantes, como la gestión para entidades sociales de equipamientos colectivos, o la creación de espacios de transición entre el espacio público y los espacios de propiedad privada (vinculados a viviendas, áreas comerciales, etc.).*



Pintura de René Magritte



barrio, de comarca o de región). No nos referimos ahora a las nacionalidades sin Estado, que también viven una importante revalorización en Europa, en parte por factores similares y en parte por otros que los refuerzan y les dan un carácter más político y a menudo más conflictivo, como la lengua, la cultura, la historia, la voluntad de autogobierno y la formación de sistemas políticos específicos. La demanda de identidad que se expresa en el ámbito local responde por una parte a la necesidad psico-social de tener referentes culturales específicos en un mundo globalizado y homogéneo, referentes físicos, sociales y simbólicos, que den visibilidad al territorio y al colectivo humano, que estimulen la integración en su seno. Por otra parte el refuerzo de la cohesión y de la identidad locales responde también a la dialéctica que se genera entre instituciones locales y sociedad civil. Los gestores públicos promueven la identidad local mediante políticas descentralizadoras y participativas, creando espacios públicos y equipamientos colectivos, organizando fiestas populares y actividades culturales, “monumentalizando” los barrios, los centros

y los pueblos. Y los colectivos sociales encuentran en la identidad local un elemento de cohesión y de reivindicación, y también de integración ciudadana y de autoestima.

### ***Los nuevos roles de los gobiernos locales.***

La participación ciudadana no se puede considerar con independencia de las funciones y competencias de los gobiernos locales y, sobretudo, de la voluntad y de la capacidad que manifiesten los alcaldes y ayuntamientos de asumir nuevas responsabilidades y de impulsar políticas novedosas, incluso en el límite de la legalidad o en la alegaldad.

Entre estos roles citamos algunos que no sólo son hoy importantes en ellos mismos sino que requieren formas innovadoras de participación como son:

a) La promoción exterior de la ciudad, el “marketing” urbano, la atracción de inversiones y nuevas actividades, la valorización de la “marca” local.

b) La reconversión de la base económica, la generación de lugares de trabajo, la

*¿Por qué se participa? Porque hay intereses y valores a defender, porque todos tienen que poder expresarse, incluso los más particulares, insolidarios y excluyentes (es la mejor manera de superarlos). Porque las sociedades urbanas son heterogéneas, y hoy toda la sociedad catalana es más o menos urbana, y las políticas públicas tienen que adaptarse a demandas muy diferenciadas. Porque el conflicto puede ser positivo, la cooperación social es necesaria y los poderes públicos necesitan interlocutores. Y, sobretudo, porque mediante la participación es posible que se expresen los colectivos más débiles o vulnerables, los menos escuchados, y es una responsabilidad de los gobiernos locales darles la palabra.*



formación continuada de los recursos humanos, la educación de cualidad.

c) Planes integrales por zonas obsoletas o en crisis, degradadas, marginales o mal urbanizadas, tanto en áreas centrales como periféricas, nuevas centralidades

d) Programas de sostenibilidad y calidad ambiental (como las agendas 21) y de salud pública

e) Políticas específicas hacia grupos vulnerables o con problemáticas específicas: por ej. colectivos inmigrados.

f) Infraestructura de medios de comunicación locales (por ej. Radio y TV, cableado), animación de los mismos y facilitación del acceso universal de los ciudadanos a las tics (digitalización local)

g) Programas de seguridad ciudadana y de cohesión social, en especial de carácter preventivo, así como establecer formas de justicia local ágil

h) Protección o defensa de oficio de los ciudadanos frente a otras administraciones públicas y de las empresas de servicios de naturaleza pública, y en general, de los ciudadanos como usuarios y consumidores

i) Concertación y coordinación con el Estado (y la Comunidad Autónoma), y en algunos casos con entidades económicas, sobre las grandes infraestructuras de comunicación, energéticas, tecnológicas, industriales o comerciales que tenga fuerte impacto en el territorio

j) Constitución de redes de cooperación con otros municipios y entidades supramunicipales para definir estrategias conjuntas y prestaciones de servicios en común.

Todas estas políticas se caracterizan, por una parte, por la necesaria coordinación de diferentes niveles institucionales, pero por otra, su eficacia depende del grado de participación ciudadana.

### ***La sociedad local en la era de la globalización.***

La participación ciudadana hoy no se puede desarrollar ni con los mismos contenidos ni en las mismas formas que en el pasado. Hace 20 años los responsables políticos y técnicos por un lado y las asociaciones y colectivos sociales por otro tuvieron que aprender a relacionarse con objetivos y estilos diferentes que en el pasado pues el cambio político democrático creó un nuevo campo y unas nuevas reglas de juego. Hoy hay que asumir unos cambios sociales y culturales que nos obligan a plantear la participación en términos relativamente diferentes.

Nos encontramos en un mundo de redes, de comunicaciones a distancia, una parte importante de la población tiende a desterritorializarse, o más exactamente, a “vivir” en diversos territorios.

No sólo hay más heterogeneidad social (tienen más peso colectivos específicos y fragmentados que las grandes clases sociales) sino también comportamientos y aspiraciones más individualizados.

Las ciudades, los pueblos y los barrios, aportan un valor añadido, a condición que las “ofertas públicas” tengan en cuenta las nuevas realidades como son:

— los ciudadanos viven, se mueven, en diversos territorios, están sólo parcialmente vinculados a un barrio o a un pueblo

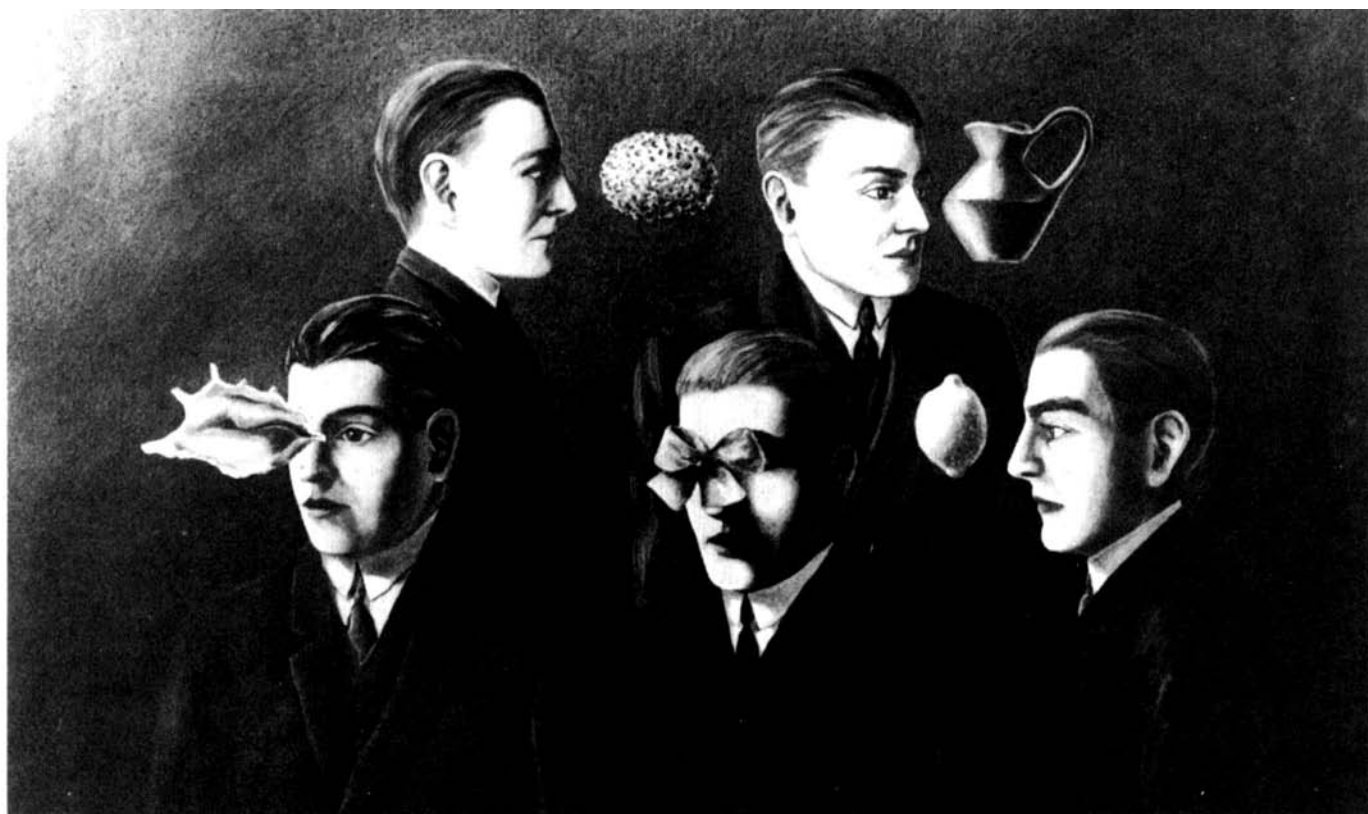
— las movilidades son en consecuencia muy diversas, solo un tercio aproximadamente se deben al trabajo, el resto están motivadas por consumo, ocio, relaciones personales...

— los tiempos de uso de la ciudad también son muy diferentes, y por lo tanto el territorio de unos, por ej. de los jóvenes, no es el de sus padres, el espacio urbano tiende a funcionar las 24 horas del día

— las relaciones sociales son mucho más heterogéneas y fragmentadas que en el pasado, casi siempre más extensas, también más débiles

*La dialéctica conflicto-cooperación. Es una dimensión más político-ideológica. Si se admite que los gobiernos locales tienen un proyecto de pueblo o ciudad, un cierto modelo de gestión, una estrategia que orienta las políticas públicas, que todo junto responde más o menos a una ideología, a su programa electoral y de gobierno, y a los intereses que representan, la participación se puede entender como una forma de colaborar porque se comparten valores, objetivos o intereses o como una forma de oponerse para que no se compartan. En la realidad esta dicotomía es abstracta, pues los gobiernos tienen que tener en cuenta el conjunto de los ciudadanos, las relaciones de fuerza existentes entre intereses opuestos en parte (y complementarios también), la necesidad de obtener el consenso máximo.*





Pintura de René Magritte

— as identidades se diversifican, no dependen únicamente del trabajo, del lugar de nacimiento, del barrio o ciudad, de la religión o de la cultura, a menudo en el mismo territorio funcionan identidades colectivas múltiples y a nivel individual también coexisten diferentes tipos de pertenencia.

— no hay ya organizaciones que integren a las personas en todos los aspectos (excepto las sectas) sino que cada uno se integra en redes y colectivos diversos

— las demandas de los ciudadanos tienden más a reclamar la carta que no el menú, las ofertas rígidas y homogéneas hoy no son suficientes.

### ***Para una nueva oferta pública participativa.***

Conviene partir de la constatación de que la adecuación entre ofertas públicas y demandas sociales no se da automáticamente, no se puede limitar a la continuidad de los programas y servicios de “siempre”, no se puede dejar en manos de las inercias admi-

nistrativas y presupuestarias. Nos encontramos delante de una realidad contradictoria y compleja, por una parte hay una revalorización del territorio, de la proximidad, de las identidades de base local, por otra diversidad de tiempo y de espacios, heterogeneidad y fragmentación de las demandas, multiplicidad de identidades y comportamientos individualizados. La respuesta pública no es sencilla, hay que asumir que las instituciones políticas y los servicios administrativos no están diseñados para responder a esta nueva realidad.

Nos aventuramos a sugerir algunas líneas de actuación:

a) priorizar siempre la información, la comunicación y el diálogo para elaborar los programas de actividades, regular su gestión y evaluar sus resultados

b) definir objetivos y dar sentido a lo que se propone y se hace, asumir los valores que orientan los programas, garantizar su valor informativo y formativo, “educativo” en el sentido de enseñar a pensar, a hacer, a participar



c) no temer los conflictos, hacerlos emerger, dar medios para que se expresen las demandas más diversas y los colectivos más vulnerables, débiles o marginales, no reducir la participación a los sectores más organizados

d) rehacer progresivamente los programas de actuación municipal, la estructura de presupuestos, la organización de los servicios y las formas de gestión en función de la evaluación social participativa

e) utilizar los nuevos medios de comunicación sin mitificarlos y sin prescindir de los procesos deliberativos que reclaman momentos fuertes de debate público real y no sólo virtual.

### ***El derecho a la innovación política-legal.***

Es la consecuencia lógica de todo lo que se ha expuesto hasta ahora. Los gobiernos locales no pueden actuar según una interpretación literal, rígida y subordinada de leyes y reglamentos de rango superior. En los últimos 20 años ya se han hecho experiencias innovadoras, al límite de la legalidad a veces. Citamos algunas: radios y TV locales, cableado, consultas populares, regulación de usos de actividades económicas, viveros de empresas y créditos de capital-riesgo, oposición a grandes proyectos infraestructurales del Estado, formas de justicia local, promoción exterior...

Es un camino a continuar y a desarrollar. En relación a la participación ciudadana nos limitamos ahora a citar algunos campos en los que la innovación es especialmente importante aunque a menudo encuentra dificultades legales y políticas:

- a) El sistema electoral
- b) La organización política y administrativa municipal
- c) La creación y gestión de medios de comunicación locales, el cableado y en general todo lo que hace referencia a las tics y al acceso público a las mismas
- d) La igualdad político-jurídica de todos los residentes en el municipio (especialmen-

te en relación a los inmigrantes "no comunitarios" con o sin residencia "legal")

e) El uso de los instrumentos de democracia directa, como el referéndum y la consulta popular

f) La gestión cívica de los equipamientos y los servicios

g) El planeamiento del territorio y la ejecución del urbanismo

h) La definición, garantía y exigencia de derechos de los ciudadanos

i) El desarrollo del asociacionismo y de las redes ciudadanas

j) La seguridad ciudadana, la regulación de la convivencia y la justicia local

### **3. La participación política.**

#### ***Especificidad y autonomía políticas del ámbito local.***

Ya hemos tratado la especificidad del ámbito local: la proximidad, la relación con la sociedad civil, la importancia de la participación en todas sus dimensiones información y comunicación, conflicto y consenso, seguimiento y cooperación...

Las competencias de los gobiernos locales y los efectos inmediatos o visibles de sus políticas mucho más centradas en los programas de actuación sobre el territorio y la relación directa con la vida cotidiana de la población hace del nivel local un ámbito político muy diferenciado del estatal.

En el ámbito estatal domina la distancia, el normativismo, la gestión según procedimientos regulados mediante los aparatos administrativos, la confrontación político-ideológica entre partidos políticos... la distancia implica abstracción, capacidad de regulación general y de reducir la influencia de intereses muy particulares (en teoría, al menos) pero también desconocimiento o poco interés por las situaciones concretas y las preocupaciones inmediatas de la mayoría de los ciudadanos.

*La cultura cívica de los últimos 25 años ha legitimado como derechos, por lo menos morales, un nuevo conjunto que se pueden llamar derechos de tercera generación, respecto a los derechos civiles y políticos (primera generación) y sociales y económicos (segunda generación). Se trata sobretudo de "derechos urbanos", pero no exclusivamente, y la participación ciudadana es indispensable para hacer valer estos derechos que en general no están garantizados plenamente por la legalidad, o lo están solo como derechos programáticos, o sea sin una garantía legal que permita reclamarlos por vías jurídicas.*



Si las cuestiones a tratar son diferentes, y las formas de proceder también, si los conflictos partidarios en uno y otro nivel son de carácter diferente y las relaciones con la ciudadanía también, hay que plantearse si tal vez conviene separar el mundo político estatal del mundo político local. Por una parte tendiendo a sustituir las relaciones de compartimentación y de subordinación actuales por relaciones contractuales, de coordinación y cooperación. Por otra estableciendo una clara distinción entre el sistema representativo mediante partidos que se da en uno y otro nivel, pues hoy son los mismos partidos que actúan en los dos niveles con lo cual los conflictos de un tipo contaminan innecesariamente al otro.

Hay otra razón para esta separación: entre el nivel local y el estatal hay una disputa de fondo, no sólo sobre más o menos competencias y recursos, sino sobretudo sobre la naturaleza del poder de uno y otro y sobre las relaciones entre ellos. En el caso que nos ocupa es evidente que el marco político-legal estatal es un freno considerable a la autonomía real, que comporta capacidad de innovación, tal como indicábamos anteriormente. La posición intermedia de las Comunidades Autónomas o entidades regionales, en cambio hace menos necesaria esta separación, pues las problemáticas de las políticas públicas y la proximidad a la ciudadanía son más similares.

En resumen lo que proponemos es la máxima autonomía de las entidades locales para organizar la representación política, la gestión pública y la participación ciudadana. Probablemente el aspecto más delicado es el que hace referencia a la participación política.

### ***Sistemas electorales y partidos políticos.***

Actualmente hay una legislación electoral que se aplica con criterios uniformistas en todo el Estado y en todos los municipios, con independencia del tamaño y de la población, de la estructura del territorio y de la voluntad política de la ciudadanía. Las diferencias, según el número de habitantes son

mínimas (número de regidores, comisión permanente, etc.).

Por otra parte los partidos políticos no se han mostrado muy dispuestos, en general, a experimentar formulas innovadoras, a diferencia de otros países. Ya hemos citado antes la no elección de los consejeros de distrito en el caso de Barcelona, tampoco se ha experimentado la elección paralela de representantes de colectivos sin derechos políticos (no se ha hecho con los inmigrantes, sí que hay experiencias interesantes con población infantil). Los mismos ayuntamientos, que a menudo han tenido iniciativas interesantes en relación a la participación ciudadana, no se han considerado con competencia legal para innovar en materia electoral. En una democracia la participación es ante todo política y si se trata de una democracia de base representativa tenemos que empezar por aquí. Para incitar a un debate sobre esta cuestión sugerimos los siguientes campos en los que los gobiernos locales deberían tener propuestas e iniciativas innovadoras:

a) Escoger entre la preferencia por un sistema proporcional como ahora, mayoritario (a una o dos vueltas) o mixta (por ej. una parte de los regidores electos por barrios o distrito según una regla mayoritaria y el resto por sistema proporcional que podría ser compensatorio).

b) Elección directa del alcalde, o bien que lo sea el cabeza de la lista más votada o, indirecta como actualmente.

a) Elección por circunscripción única, sistema actual, o por distritos electorales.

d) Listas abiertas y voto preferencial (con derecho de tachar), posibilidad de panachage (mezcla de candidatos de listas diversas, bien por parte de los electores, bien de las candidaturas si hay dos vueltas), candidaturas individuales (sólo posible con un sistema mayoritario), etc. o sea sistemas para ampliar las opciones del elector.

e) Facilidad para constituir listas "cívicas", con presencia o soporte de partidos políticos, entidades diversas, colectivos informales, participación individual, etc. Sería deseable que los partidos políticos estatales no



se presentaran formalmente a las elecciones locales sino que se limitaran a dar soporte a determinadas listas o candidatos, conjuntamente con otros colectivos y ciudadanos individuales.

a) Generalizar las primarias o las consultas populares para elaborar las candidaturas, ya sean de partido o de carácter "cívico"

b) Facilitar la constitución de coaliciones, federaciones o agrupaciones de electos también a posteriori para garantizar la representación en instituciones supramunicipales (comarcas, diputaciones), para la asignación de recursos económicos públicos y espacios de radio y televisión, etc.

c) Posibilidad de moción de censura para iniciativa popular que permita cesar alcaldes o regidores por incumplimiento voluntario de su programa electoral (voto programático)

d) Voto obligatorio para todos los ciudadanos residentes en el municipio, si se quiere después participar en la vida municipal (los que no se sientan representados por ninguna candidatura o quieran manifestar su rechazo de la institución o de la democracia representativa tienen siempre el voto nulo o blanco como opción)

e) Voto universal, o sea de todos los residentes de hecho a partir de los 16 años, y mientras no se pueda atribuir este derecho legalmente, hacer elecciones paralelas y admitir a los electos en los órganos de representación y gestión municipales.

Se trata de cuestiones polémicas, probablemente, pero que inciden directamente en la relación entre electores y elegidos y por lo tanto en la participación ciudadana.

### **Organización política municipal, organización territorial y participación.**

La organización del gobierno municipal condiciona mucho las posibilidades de participación ciudadana. En este caso, como en el anterior, consideramos que hay que facilitar al máximo la autonomía y la innovación

municipales y estimular la experimentación. Nos limitaremos a algunas sugerencias sobre cuestiones que si bien son importantes conviene dejar abiertas al máximo, sin imponer formas y procedimientos rígidos:

a) Los órganos de gobierno ejecutivo: Alcaldía, Comisión permanente o junta de gobierno, regidores con delegación ejecutiva. Tienen facultades decisorias importantes sin la publicidad y la deliberación que hay en el Consejo plenario. ¿Cómo dar la máxima transparencia al proceso decisorio? El orden del día y la documentación principal (consultable) se pueden conocer con antelación para recibir sugerencias, se puede establecer una sesión mensual pública para exponer las cuestiones más importantes...

b) El Consejo plenario tiene que ser un "espacio político público". En algunos casos se hacen transmisiones por radio o TV locales. Las tics permiten hacer el seguimiento del proceso de cada cuestión antes de la votación formal definitiva. Hay numerosas experiencias, en toda Europa, que demuestran que no es difícil garantizar la presencia y la voz ciudadanas en los plenarios municipales. En los municipios medianos y grandes sería interesante atribuir funciones decisorias a comisiones del plenario para facilitar el seguimiento y la participación de los colectivos y ciudadanos interesados, pues actualmente las sesiones del plenario son pesadas, interminables, con un gran número de puntos en el orden del día, se tratan temas de muy desigual interés, o de una complejidad que sólo pueden seguir aquellos que se hayan ocupado previamente.

c) Los presupuestos participativos son hoy una experiencia bastante conocida y, nos parece, no deberían ser la excepción sino la regla. La misma metodología participativa se puede aplicar a los programas de actuación municipal, a los planos generales de urbanismo, etc. Los planos estratégicos y los planos comunitarios son otra modalidad de participar en la elaboración de políticas públicas.

d) La iniciativa ciudadana en general está reconocida pero a menudo la realidad práctica es muy inferior a las declaraciones polí-

*Información, comunicación, consulta...o confrontación, negociación, participación vinculante? Una vieja discusión también. Los ciudadanos y las entidades participantes reclaman lógicamente garantías de que sus opiniones serán tenidas en cuenta, los representantes institucionales no pueden admitir el carácter vinculante de la participación (entendida como democracia directa), pues son ellos los que tienen la legitimidad democrática del sufragio universal y la responsabilidad política y legal de las decisiones públicas. En la práctica no es difícil encontrar soluciones de síntesis. Los consejos de participación pueden hacer recomendaciones y propuestas y los representantes institucionales dar explicaciones motivadas de quienes recogen y quienes no (evidentemente si cuando se hace la evaluación periódica aparece que casi nunca están aceptadas está claro que la participación no es efectiva).*



ticas. Parece lógico facilitar la llegada a los órganos de gobierno de propuestas de acuerdo a las cuales se tenga que dar una respuesta motivada. Así mismo se puede aplicar la iniciativa ciudadana a programas, proyectos, actividades, nuevos servicios, etc., en régimen de gestión y financiamiento compartidos, por lo cual es necesario que hayan los procedimientos establecidos y las partidas presupuestarias previstas.

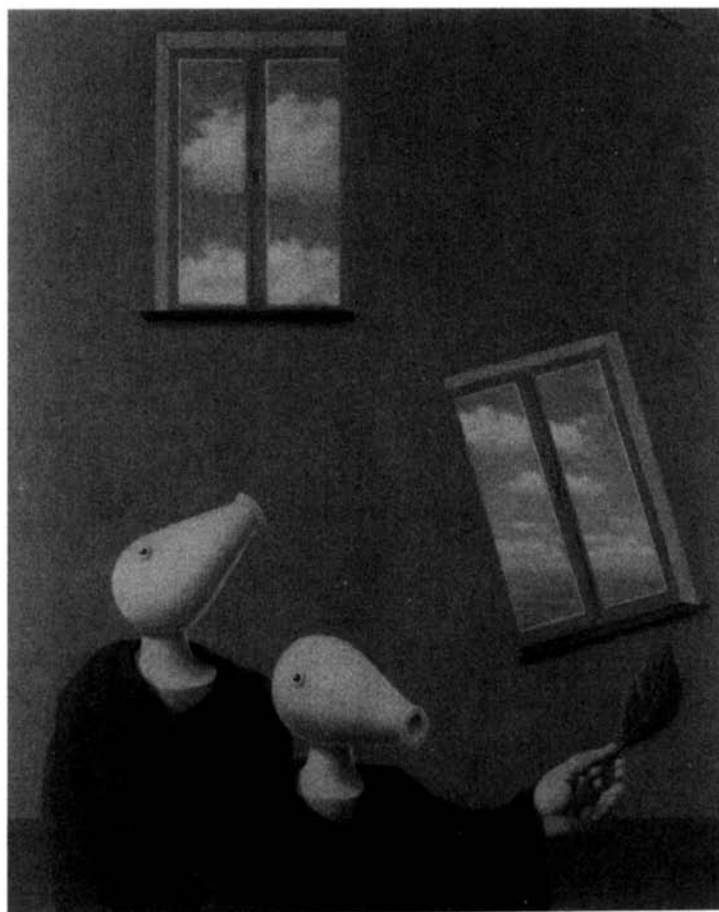
e) Las experiencias de participación en la gestión de servicios y equipamientos, bien en formas mixtas, bien de gestión indirecta son frecuentes; centros cívicos o culturales, equipamientos deportivos, etc.

Estas formas de participación serán citadas de nuevo más adelante, al tratar de los mecanismos participativos desde la perspectiva de los ciudadanos.

Ahora hay que hacer una breve referencia a la relación entre **Participación y organización territorial**

En los estados modernos hay una diversidad de niveles supramunicipales de representación indirecta: diputaciones, comarcas, entidades metropolitanas, ... además de mancomunidades, consorcios, etc., (y no incluimos las empresas públicas, institutos y otros órganos autónomos, etc.).

Las instituciones de representación indirecta son menos visibles para el ciudadano, menos transparentes, no se sabe bien qué y cómo hacen, el seguimiento social es más débil. Por otra parte es discutible en bastantes casos la idoneidad de organismos que si bien tienen una indiscutible legitimidad y realizan funciones y prestaciones úti-



les no siempre corresponden a ámbitos adecuados ni disponen de las competencias y las capacidades necesarias para hacer bien aquello que los municipios no pueden hacer. Pero, nos tenemos que limitar a plantear la cuestión de la participación ciudadana en estos niveles. Unas breves sugerencias:

a) Optar más por la reducción que por la ampliación del número y naturaleza de las entidades intermedias. En los estados modernos todos entienden la representatividad y la funcionalidad de las entidades regionales y locales, cualquier nivel que se añada crea más confusión, puede ser inevitable, útil incluso, pero hay que partir del principio que lo que interesa a los electos o los candidatos no es necesariamente lo que interesa al

resto de la población.

b) El principal nivel intermedio, hoy las provincias con sus entidades locales, las provincias, debería ser el lugar de coordinación y cooperación entre entidades regionales y locales, contribuir a que las entidades locales sean entidades ejecutores de las políticas autonómicas, lo cual haría las cosas más claras para la ciudadanía las provincias se podrían sustituir por la provincia única (como ámbito estatal-comunitario) o simplemente desaparecer y ser sustituidas por regiones (de carácter local).

c) Otras entidades intermedias no deberían responder a un planteamiento institucional uniformista sino a razones funcionales específicas y adoptar formulas diversas que permitan incluir tanto instituciones políticas como los ayuntamientos como organizaciones de la sociedad civil (por ej. tipo consorcio). No es lo mismo lo que tiene que hacer un organismo para un desarrollo



estratégico del Alt Pirineu (que incluso podría ser transfronterizo) que un Consorcio metropolitano de la región de Barcelona (que seguramente debería tener un carácter más político-representativo para coordinar inversiones y redistribuir ingresos públicos y para gestionar servicios comunes).

Se trata de configurar una organización territorial simple y comprensible, que se oriente hacia la Administración única (la "ventanilla única"), más accesible y transparente, o sea más eficaz y participativa.

### **La descentralización**

La descentralización municipal es una forma de desarrollo democrático de la gestión política local en la medida que refuerza la proximidad y facilita la participación.

En las ciudades grandes y medianas (también vale para municipios pequeños con población dispersa en núcleos separados) a menudo se han practicado diferentes modalidades de descentralización, así como de desconcentración. Los objetivos que se han explicitado han sido generalmente los siguientes:

a) Favorecer la relación entre Administración y ciudadanos, facilitar el acceso a los servicios y al personal político y administrativo, garantizar la información a los ciudadanos y conocer mejor sus demandas, innovar en las formas y los contenidos de los servicios y abrir nuevas líneas de acción, aumentar la eficiencia y el control social sobre las funciones y los servicios públicos, posibilitar las actuaciones integradas

b) Estimular la participación ciudadana, la comunicación con la administración, la cooperación en la política municipal, las formas de gestión mixta y cívica, la iniciativa ciudadana, el asociacismo y la acción colectiva incluso de los sectores más débiles o marginados

c) Desarrollar nuevas políticas públicas

La descentralización se puede considerar un avance del desarrollo democrático en la medida que facilita las políticas destinadas a reducir los desequilibrios territoriales y

las desigualdades sociales así como las acciones positivas hacia grupos más necesitados e innovar en el tipo de programas y servicios municipales para responder a nuevas demandas sociales.

Para el cumplimiento de estos objetivos la descentralización se entiende como una forma de organización y de funcionamiento político y administrativo que pretende estimular la participación mediante la información, la accesibilidad, la transparencia, la comunicación (o sea diálogo, negociación), el control social, la cooperación y la evaluación pública.

Para que la descentralización cumpla sus objetivos se tienen que garantizar como mínimo:

— la información realmente accesible y comprensible entendida como ayuda y estímulo a los ciudadanos para facilitar el conocimiento y el uso de los servicios y de los programas municipales

— la relación con personal cualificado y con responsables que sean interlocutores válidos si se trata de participar en el proceso previo a la toma de decisiones

— el equipamiento humano, material y técnico y los recursos económicos indispensables para garantizar la prestación de servicios descentralizados o desconcentrados, con la posibilidad de innovar en las formas o los contenidos de los mismos

— los ámbitos territoriales adecuados, tanto por su significado histórico, morfológico, social o cultural como por su funcionalidad y cohesión

— el reconocimiento y el reforzamiento de las redes asociativas y de las actividades destinadas a aumentar la cohesión social y la vida colectiva.

### **Participación y cultura política.**

Es un momento de renovación de la cultura política sobre la democracia y la participación, y de maduración, como se demuestra en la investigación, a menudo eficaz, de fórmulas de síntesis que contribuyan a superar dicotomías que pueden ser paralizantes,



Pintura de René Magritte



pero también permiten desarrollar dialécticas creativas como:

a) Global y local, el pensar globalmente y actuar localmente, pero también el pensar localmente y actuar globalmente nos da criterios para la participación a todos niveles. O sea no se trata sólo de entender la participación en ámbitos “localistas”, cada uno sólo reconocido como legitimado a participar en aquello que le afecta directamente, inmediatamente, sino también en las políticas más generales, a partir de su situación concreta.

b) Público y privado, una dicotomía que hoy se tiende también a relativizar, lo cual comporta evidentemente ambigüedades y posibles perversiones, pero también permite experiencias de gestión interesantes, como la gestión para entidades sociales de equipamientos colectivos, o la creación de espacios de transición entre el espacio público y los espacios de propiedad privada (vinculados a viviendas, áreas comerciales, etc.).

c) Democracia representativa y democracia directa, en el primer caso reducida a instituciones-elecciones-partidos políticos y en el segundo a asambleas (de representatividad discutible) o votaciones individuales (atomizadas). En los dos casos fácilmente criticables. Los progresos prácticos y conceptuales de la democracia deliberativa, de los procesos participativos complejos, utilizando diversidad de mecanismos para llegar a momentos decisorios muy madurados, es un avance especialmente interesante.

d) Participación colectiva (mediante asociaciones principalmente) y consulta popular individualizada, en el primer caso se puede garantizar la deliberación de colectivos informados y motivados, en el segundo se da una posibilidad de participación a todo el universo ciudadano o vecinal. Los actuales procesos participativos tienden a utilizar un y otro procedimiento. Una variante específica de esta dicotomía es la que se da entre los Consejos de par-

*La dialéctica conflicto-cooperación. Es una dimensión más político-ideológica. Si se admite que los gobiernos locales tienen un proyecto de pueblo o ciudad, un cierto modelo de gestión, una estrategia que orienta las políticas públicas, que todo junto responde más o menos a una ideología, a su programa electoral y de gobierno, y a los intereses que representan, la participación se puede entender como una forma de colaborar porque se comparten valores, objetivos o intereses o como una forma de oponerse para que no se compartan. En la realidad esta dicotomía es abstracta, pues los gobiernos tienen que tener en cuenta el conjunto de los ciudadanos, las relaciones de fuerza existentes entre intereses opuestos en parte (y complementarios también), la necesidad de obtener el consenso máximo.*



ticipación ciudadana territoriales o sectoriales en los que están representados los colectivos estables y las asociaciones y los Consejos ciudadanos o similares (tipo nips) formados por ciudadanos a título personal, incluso escogidos al azar.

e) ¿Eficacia ejecutiva o participación ciudadana? Una discusión tan recurrente como poco interesante. Los procesos participativos son lentos pero tienen ventajas indudables que pueden hacerlos al final mucho más eficientes: adecuación entre ofertas públicas y demandas privadas, consenso y cooperación por parte de los ciudadanos, plus de legitimación de las instituciones políticas... La eficacia ejecutiva no está garantizada por procesos administrativos burocráticos, sobretodo si generan reacciones negativas de los ciudadanos. Por otra parte, es evidente que hay que garantizar momentos de decisión formal por parte de los responsables legitimados democráticamente para impulsar la ejecución de las políticas públicas.

f) ¿Información, comunicación, consulta... o confrontación, negociación, participación vinculante? Una vieja discusión también. Los ciudadanos y las entidades participantes reclaman lógicamente garantías de que sus opiniones serán tenidas en cuenta, los representantes institucionales no pueden admitir el carácter vinculante de la participación (entendida como democracia directa), pues son ellos los que tienen la legitimidad democrática del sufragio universal y la responsabilidad política y legal de las decisiones públicas. En la práctica no es difícil encontrar soluciones de síntesis. Los consejos de participación pueden hacer recomendaciones y propuestas y los representantes institucionales dar explicaciones motivadas de quienes recogen y quienes no (evidentemente si cuando se hace la evaluación periódica aparece que casi nunca están aceptadas está claro que la participación no es efectiva). Otro ejemplo particularmente discutido: las consultas populares. Legalmente no son

vinculantes pero es cierto que si se realizan y el resultado es contrario al deseado por el gobierno local este pagará un precio político fuerte si a pesar de todo tira adelante.

g) La dialéctica conflicto-cooperación. Es una dimensión más político-ideológica. Si se admite que los gobiernos locales tienen un proyecto de pueblo o ciudad, un cierto modelo de gestión, una estrategia que orienta las políticas públicas, que todo junto responde más o menos a una ideología, a su programa electoral y de gobierno, y a los intereses que representan, la participación se puede entender como una forma de colaborar porque se comparten valores, objetivos o intereses o como una forma de oponerse para que no se compartan. En la realidad esta dicotomía es abstracta, pues los gobiernos tienen que tener en cuenta el conjunto de los ciudadanos, las relaciones de fuerza existentes entre intereses opuestos en parte (y complementarios también), la necesidad de obtener el consenso máximo. Y los diferentes colectivos sociales saben que si comparten objetivos y valores con el gobierno esto no ahorra momentos de conflicto pues en la práctica se pueden dar prioridades y maneras de hacer contradictorias. Y la confrontación general con la orientación política del gobierno local no excluye la participación y la cooperación como una forma de defender las propuestas alternativas y conseguir cambios en la acción institucional, o que el desacuerdo político no quiere decir oposición a todo lo que hace o propone el otro, ni mucho menos.

En resumen, la cultura política actual de la democracia participativa tiende a valorizar las formulas de síntesis. Se relativiza la participación como solución para todo. Pero al mismo tiempo se considera la participación ciudadana indispensable para una gestión democrática del gobierno local y para conseguir políticas públicas que merezcan una evaluación positiva por parte de la ciudadanía.



# Revista Foro

Un proyecto editorial al  
servicio de nuestra común empresa:  
pensar y construir la democracia

## **Fundación Foro Nacional por Colombia**

Esperanza González Rodríguez —Presidenta— Bogotá, D.C.  
Carrera 4A No. 27-62 Teléfonos 2835982 - 2838548 Fax 2861299  
Correo electrónico foro@epm.net.co

## **Foro Costa Atlántica**

Lucía Roca —Directora— Barranquilla  
Calle 41 No. 43-115 Piso 4° Teléfonos: 3405041 - 3403033

## **Foro Valle del Cauca**

María Teresa Muñoz —Directora— Cali  
Carrera 36A Bis No. 6-35, Teléfonos 5141141 - 5581534

## **Ciret Foro**

Aura Hernández —Directora— Ibagué  
Calle 7 No. 4-44 Teléfonos 613900 - 610960

## Suscribase a la Revista Foro

**Colombia: Un año: \$25.000, Dos años \$54.000 (Incluidos portes de Correo)**  
**Internacional: Un año: US\$75 dólares, Dos años US\$ 155 dólares)**

Nombre: \_\_\_\_\_ C.C. o NIT: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ciudad \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_

De la Revista No. \_\_\_\_\_ hasta la No. \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

**Puede consignar en la Cuenta de Ahorros No. 0109350152185  
de la Corporación COLMENA  
o en la cuenta Corriente No. 256-04874-5  
del Banco de Occidente,  
a nombre de la Fundación Foro Nacional por Colombia  
y enviar la copia de la consignación al Fax 2 861299, e-mail: foro@epm.net.co  
o a la Carrera 4A No. 27-62, Telefono 2 822550, Bogotá-Colombia.**



# Revista Foro

15  
AÑOS

en la brega por construir un pensamiento  
y una cultura democrática  
para todos los colombianos



Ediciones Foro Nacional por Colombia