

## Entrecruzados: Poder, Política y Comunicación

Autor(es): **Uranga, Washington**



*Uranga, Washington. Nació en Uruguay y vive en la Argentina. Es periodista (actualmente editorialista del diario Página 12, de Buenos Aires), docente e investigador de la comunicación en las universidades de Quilmes, La Plata, Buenos Aires y Catamarca (Argentina). Dicta cursos de posgrado en esas universidades y en otras de Argentina y América Latina. Asesora en temas de comunicación, ciudadanía, participación, políticas públicas y gestión de procesos comunicacionales a organismos públicos y organizaciones sociales y comunitarias.*

Contacto: [info@wuranga.com.ar](mailto:info@wuranga.com.ar) [www.wuranga.com.ar](http://www.wuranga.com.ar).

---

La elemental observación del comportamiento del sistema de medios y de los profesionales que se desempeñan en ese ámbito coloca en el absurdo la pretensión de “independencia” respecto del periodismo y de la comunicación en general. De manera inevitable comunicación y política están (legítimamente) “contaminados” porque ambos campos son escenario de la lucha simbólica por el poder. Negar esta realidad en el contexto “mediatizado” que vivimos es sencillamente caer en el absurdo de un profesionalismo pretendidamente aséptico cuya intención verdadera es encubrir y solapar sus intereses e intenciones en lugar de exponerlas a la discusión pública en el escenario de la diversidad.

El debate y la problematización de la cuestión de la ciudadanía no son, hoy por hoy, meramente un problema teórico, sino un desafío concreto y tangible para todos aquellos que están comprometidos en la construcción de la vida social y política. Entre otros motivos porque el concepto de ciudadanía necesita ser resignificado a partir de las nuevas prácticas de la vida política y revalorizado después de un largo camino en el que se fue vaciando de sentido hasta quedar reducido a la mera cuestión jurídica y al ejercicio del voto para la elección de los representantes.

En ese marco se ponen en juego conceptos no siempre convergentes acerca de lo que se entiende por ciudadanía, pero en todos los casos el tema se cruza hoy inevitablemente con la comunicación como fenómeno o con el sistema de medios de comunicación y su incidencia en la sociedad, dependiendo de la perspectiva teórica desde la cual se lo quiera mirar. Lo cierto es que ambas cuestiones aparecen indisolublemente ligadas. Es más. Podríamos llegar a preguntarnos qué es primero en el marco de la mutua interdependencia entre ciudadanía política y comunicación. ¿Quién configura a quien? ¿La comunicación a la política? O la inversa ¿la política a la comunicación? A estos interrogantes se podría agregar también otro: ¿el sistema de medios es actualmente el escenario ineludible de la política?

Omar Rincón asegura que “la ciudadanía es una figura política” (Rincón, 2004). Para sostenerlo cita a Fabrizio Cabrera cuando señala que estamos hablando de “la adquisición de referentes y competencias prácticas capaces de propiciar y estimular la participación activa en los espacios políticos” y agrega que “obviamente se trata de ir más allá de votar. Se trata de adquirir información, desplegar intereses, cultivar actitudes y adoptar criterios que contribuyan a construir y enriquecer un espacio político cultural” (Cabrera, 2002).

Más allá de sus connotaciones modernas vinculadas al pensamiento liberal, el concepto de ciudadanía se ha problematizado en las últimas décadas, al mismo tiempo que se somete a un proceso de constantes redefiniciones a partir de la crisis de los agentes tradicionales de socialización y de las formas de representación. La familia, la escuela y la iglesia, dejan de ser reconocidos como los espacios privilegiados de la socialización, mientras que los partidos políticos y los sindicatos pierden el lugar que otrora ostentaron como depositarios de la expresión y del sentir de los ciudadanos.

Así entendida la ciudadanía es un espacio a conquistar, un ámbito abierto a la creatividad a la vez que una convocatoria a la participación y un lugar que demanda la responsabilidad individual y colectiva de las personas que habitan en una comunidad. Ser ciudadano es ser parte, sentirse parte de una construcción social en perspectiva de derechos. Pero esto no ocurre de manera automática por el sólo hecho de poseer un documento que acredite la ciudadanía.

Es un desafío político cultural y una invitación a la creatividad. En ese camino se puede reconocer el aporte de los llamados movimientos sociales que, con diferentes grados de institucionalidad y diversidad de formas organizativas, constituyen un nuevo ámbito para el ejercicio ciudadano. Se dan en este espacio ricas manifestaciones de la expresión ciudadana. Algo similar podría decirse de las organizaciones de la sociedad civil. Son lugares donde se recrea la participación política y, por esta vía, la socialización y la integración en la vida de la comunidad. Hay también nuevas experiencias sindicales.

Pero ni unos ni otros resuelven una necesidad de toda sociedad: la construcción colectiva de sentidos que ordenen el pensamiento social y político hacia la construcción de hegemonías que hagan posible la gestión política. En crisis los partidos políticos y siendo insuficiente la acción de estos nuevos actores denominados movimientos sociales, el sistema de medios de comunicación (apoyado en el vertiginoso desarrollo tecnológico de las comunicaciones) surge como el nuevo ámbito de socialización. La política aterriza en el escenario de la comunicación.

### **La política por otros medios**

Ya en 1991 la docente e investigadora María Cristina Mata, aportó una lúcida reflexión buscando sumar explicaciones (también expuestas entonces entre otros teóricos de la comunicación por Oscar Landi, Nicolás Casullo y Héctor Schmucler) al fenómeno de la “mediatización” de la política. “De la plaza a la platea –decía Mata- sería entonces la imagen del movimiento sustitutorio que revela los nuevos espacios físicos y simbólicos que se admiten como lugares de producción del sentido político y unas estrategias propias de tales espacios, articulados por la mediación tecnológica y el consumo cultural”.

Advertía sin embargo la autora sobre el riesgo de la simplificación que sugeriría “la clausura de la primera (la plaza), su oclusión, su olvido [...] su desaparición sin rastros en el imaginario

político que se construye desde ese otro lugar central que es la platea". Y más adelante sostenía que "lo que desafía nuestra comprensión y nuestro juicio al asumir que la política se construye hoy desde una tensión entre la plaza y la platea y no en virtud de una lisa y total destrucción de la primera bajo el imperio de la segunda" (Mata, 1992: 68).

El brasileño Pedro Gilberto Gomes escribió sobre "El proceso de mediatización de la sociedad" y sostuvo que aquella posición "entonces revolucionaria" de Mata ha sido superada porque "ahora existe un escenario del espectáculo, donde no se habla más de la plaza y de la platea" y porque de hecho "si un aspecto o un hecho no es mediatizado, parece no existir". Por tal motivo, sigue diciendo Gomes, es preciso "aceptar la mediatización como un nuevo modo de ser en el mundo" que como tal construye sentido "induciendo una forma de organización social" (Gomes, 2007).

Germán Rey, colombiano, afirma que "los medios de comunicación son actores importantes en la conformación de lo público, [...] escenarios de representación de lo social y a la vez lugares de circulación de puntos de vista, de sistemas más o menos plurales de interpretación" (Rey, 2002). Pero es necesario tomar en cuenta también que esa representación está siempre condicionada por la estructura de propiedad de los medios, nunca favorable a los intereses populares.

Vivimos en una sociedad atravesada por la sensación de súper-información y la oferta permanente y agresiva de programas de todo tipo apoyados en un gran desarrollo tecnológico de los sistemas de la comunicación, en la maquinaria económica y de consumo. Bajo la apariencia de la globalización y la súper-información, el sistema de medios opera como un engranaje que fragmenta la complejidad de lo real y cierra las posibilidades de acceso a la información. Así, para el ciudadano, para el hombre y la mujer que miran el mundo a través de la televisión y, en algunos casos, mediante el acceso a internet, el conocimiento del mundo que lo rodea se hace cada día más difícil y paradójicamente, más vital. No se puede vivir sin la información, pero tampoco acceder a ella. Cuando se lo hace es de forma fragmentada, recortada y "seleccionada" por los gate-keepers ("los porteros"), entendiéndolo por ello los editores, los responsables de producción, los periodistas, en general, los comunicadores sociales. Edgar Morin sostiene que "el problema universal de todo ciudadano" es "cómo conseguir acceso a las informaciones sobre el mundo y cómo adquirir la posibilidad de articularlas y organizarlas". Pero para hacerlo, para "reconocer y conocer" los problemas del mundo "hace falta una reforma del pensamiento" que requiere de la "contextualización" y "complejización" del conocimiento. (Morin, 2010: 47). Esto es exactamente lo contrario de lo que discursivamente construye el sistema de medios: la simplificación, la descontextualización y la fragmentación. En realidad se podría afirmar que el discurso mediático, entendiéndolo por ello la trama que envuelve información más entretenimiento, opera como un mecanismo distorsivo y obstaculizador respecto de la comprensión de lo real.

Los acontecimientos ocurridos en Argentina en el primer semestre del 2008, en el mal denominado "conflicto del campo" (en realidad un lock out patronal), pusieron en evidencia la connivencia entre los sectores hegemónicos del poder y los dueños de los medios y mostraron hasta qué punto la batalla política principal se libró en el escenario comunicacional. Durante semanas los medios de comunicación se constituyeron en el único espacio del debate, relegando a los mecanismos institucionales y representativos de la democracia. Contradiciendo su discurso de presunta "objetividad" e "independencia", medios y periodistas tomaron partido y expusieron

sus opciones y sus alianzas y todo ello quedó en evidencia a través del uso del lenguaje y la construcción de la agenda.

En julio de 2010 en otro suceso políticamente significativo, al celebrar el Bicentenario la masa volcada a las calles en Buenos Aires convirtió el hecho cultural en un acontecimiento político. Fue una instancia de recuperación del espacio público para la participación. Pero esto habría sido imposible sin el concurso inevitable de los medios de comunicación y seguramente si la influencia que ejercieron las transformaciones producidas en la oferta mediática a raíz de la ofensiva político comunicacional del gobierno y partir de la aprobación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (n° 26.522/2007). Lo que se generó fue una manifestación ciudadana de participación y una expresión comunicacional de ciudadanía.

El entierro de Néstor Kirchner[1] puede leerse de manera similar. Miles de personas se volcaron a las calles. Pero el acontecimiento ciudadano, político-cultural, se fue armando, construyendo y potenciando con el correr de las horas y los días. Esto más allá de la intencionalidad de los editores. La comunicación alimentó la participación y los actores sociales, populares y ciudadanos desbordaron toda intención editorial de los medios. La participación ciudadana estalló a través de la comunicación.

Comunicación, ciudadanía, poder y política no son hoy en día factores que puedan aislarse en el marco de cualquier escenario histórico social. Los debates y las confrontaciones comunicacionales son enfrentamientos por el poder donde no existen los "independientes" por más que algunos se autotitulen así. La confrontación política se transforma sustancialmente en una lucha de relatos y de sentidos interpretativos, en la cual los actores intentan imponer sus puntos de vista sobre los hechos pero también un modelo de sociedad. El espacio público, el espacio político, hoy mediatizado, se ha transformado en un ámbito de lucha simbólica por el poder. Quienes participan de tales debates intentan cooptar discursivamente, apropiarse del lenguaje cargando de sentido a cada expresión y alineándolas con las posiciones que buscan sostener. Lo hacen los editores responsables, los periodistas, los escritores y guionistas, por más que unos se autodenominen "objetivos" o "independientes" y otros argumenten que el arte y la creatividad nada tienen que ver con la política. Así lo hicieron en uno de los casos que usamos como ejemplo los dirigentes de las organizaciones del sector agropecuario. Buscaron capitalizar para sí la representación de "el campo" como si sus reclamos incluyesen a todos aquellos que no habitan en los grandes centros urbanos.

### **Poder y democratización**

La lucha por la democratización de la comunicación es una batalla por el poder – no sólo coyuntural sino sobre los modelos- en la sociedad actual. La ley de SCA representó en la Argentina un paso muy importante en materia legal respecto de la democratización de la comunicación. Pero tanto la campaña montada por el sector privado comercial de medios intentando impedir su aprobación, como la acometida legal que viene librando con posterioridad para evitar su aplicación, son por sí mismas un indicador de la importancia de lo que estamos señalando respecto de la comunicación como escenario de lucha por el poder. Detrás de muchos argumentos a favor de la "libertad de expresión" se esconde, en realidad, el temor a perder el control sobre medios de comunicación que son parte de una estructura de manejo del poder y

pieza de un engranaje que también es político-jurídico-económico y que defiende un modelo de sociedad no democrático y basado en la exclusión.

Habría que evitar también la simplificación que resuelve la tensión simplemente demonizando al poder mediático, tal como lo advierte también M. Mata. Tan cierto es que lo público está dominado por los medios, como que el servicio de la acción política sigue teniendo su centro en la construcción de la plaza, en ese espacio donde lo tangible son las personas concretas, ciudadanos (muchos de ellos pobres y excluidos) con demandas muy específicas. No hay mensaje político más contundente que la escucha de la ciudadanía y las respuestas a sus solicitudes. Tales respuestas, si son adecuadas y pertinentes, se convierten ellas mismas en relato político y generan sentido en favor de quien las promueve. Dicho de otro modo: el mejor mensaje es la acción política positiva que se edifica también con la movilización social y la participación ciudadana en la construcción de las soluciones comunes. Sin esto es difícil que el discurso y los argumentos de los dirigentes cobren sentido en los actores sociales y en los ciudadanos. Con atención a las demandas populares y apertura de los espacios de participación, la acción se vuelve comunicación y adquiere valor político.

Ambos aspectos están íntimamente unidos. La comunicación y la defensa del derecho a la comunicación, entendida como el ejercicio efectivo de todos y todas a decir su palabra en diferencia, es parte de la acción política. Para adquirir significación esta última tiene que nutrirse de respuestas que alimenten de sentido la vida cotidiana de los ciudadanos.

El sistema de comunicación tiene gran incidencia sobre los actores sociales y los sujetos de la vida colectiva. Por ese motivo es ineludible considerarlo como factor de poder y un interlocutor necesario para analizar la gobernabilidad en una sociedad. Pero a diferencia de las autoridades políticas, que surgen de procesos electorales y deben reunir detrás de sí consensos democráticos, los medios de comunicación parecen sólo sometidos a las leyes del mercado y, en la mayoría de los casos, pregonan actuar con "objetividad".

El sistema político democrático debería encontrar uno de sus principales soportes en la existencia de una sólida interlocución entre gobierno y sociedad, apoyada en una estructura de comunicación basada en principios de derecho a la comunicación y acceso a la información y en el compromiso de quienes ejercen el gobierno para actuar en consonancia con el deber de informar. Visto de este modo, los medios de comunicación no pueden quedar a merced de los intereses del poder político o económico. A los medios les corresponde ejercer la mediación entre ciudadanos y gobiernos, entre opinión pública y sociedad. Es un derecho del ciudadano acceder a la información y participar, en el marco de la democracia, del sentido de las decisiones políticas. Renunciar a esto es resignar calidad de la democracia.

¿Cuál es el concepto de comunicación que se pone en juego? Aquel que la entiende como intercambio y producción de sentidos en el espacio público, que contribuya a la construcción y consolidación de estrategias de generación de conocimiento colectivo. También de procesos comunicacionales que aporten al diseño de políticas públicas para el desarrollo. "La comunicación no es sólo un asunto de medios y de grandes masas, sino de procesos y de redes y de grupos o individuos" (Orozco Gómez, 1994: 22). La comunicación, comprendida como intercambio y negociación de formas simbólicas y producción de sentidos, no puede ser reducida a la información, porque es intercambio de mensajes entre diferentes sujetos, personas que participan de un proceso que es necesariamente colectivo, donde todos y todas emiten y al

mismo tiempo receptan los mensajes. Aspiramos a una comunicación que promueva diálogos, respetando la diversidad, fomentando empoderamientos colectivos y aportando a una nueva manera de entender la comunidad, ligada a las libertades e independencias individuales, a través de continuos acercamientos y compromisos colectivos.

Desde esta perspectiva el derecho a la comunicación no se limita, de ninguna manera, a la comunicación masiva o tecnológicamente mediada. La comunicación interpersonal, aquella que se construye en el cara a cara de la vida cotidiana, es parte integral del mismo derecho. La vida cotidiana es lugar de comunicación y base de relaciones ciudadanas. Las nuevas tecnologías han abierto recientemente enormes posibilidades para los intercambios culturales horizontales, que tanto individuos como comunidades pueden establecer a nivel nacional pero también alrededor del mundo. El significado de comunidad puede ser ampliado a grupos que tienen intereses comunes, aunque pertenezcan a culturas diferentes. Paulatinamente grupos e individuos han logrado acceder (o se tomaron por asalto) a otros y otras personas y comunidades que antes estaban marginados. Los retos a la comunicación están evolucionando constantemente, en la medida en que aparecen nuevas posibilidades pero también otras necesidades. De esta manera se amplía además el sentido del derecho a la comunicación sin por eso caer en el optimismo excesivo que otorga a la tecnología un poder democratizador del que carece por sí misma, si no existen procesos sociales en los que apoyarse.

Las tecnologías de la comunicación no son más que una herramienta y sólo eso. Pueden ayudar al proceso de comunicación pero el ejercicio del derecho como tal depende de los sujetos, de las personas que lo protagonizan. Y más allá de eso es necesario comprender que, en muchos casos, un rostro cargado de afecto comunica más que mil imágenes televisivas y que un diario mural o un juego de lápices de colores puede ser tan útil como un computador con conexión a internet.

### **Hacia una ciudadanía comunicacional**

El derecho a la comunicación sólo se puede comprender y ser ejercido efectivamente en el marco de cada cultura, partiendo de sus valores y de sus modos de entender y de entenderse, de la manera cómo las personas se constituyen en ese espacio. Trabajar por el derecho a la comunicación supone construir, desde el ámbito específico, las condiciones para garantizar la inclusión y la participación de todos los actores en el escenario social. Es una tarea cultural pero inevitablemente política y asociada a la idea de cambio, motorizada por los sueños y las utopías de los sujetos que la llevan adelante y cuyos éxitos no se miden exclusivamente por las metas alcanzadas sino por los procesos a través de los cuales las personas, los ciudadanos y ciudadanas, adquieren mayores capacidades y posibilidades para comunicar y comunicarse.

¿Existe una ciudadanía comunicacional?

La ciudadanía hoy demanda comunicación, porque lo ciudadano se construye desde el diálogo público en el espacio público, en una interacción creativa que da por sentado lo multi actoral y lo multi sectorial. No se puede pensar lo público sin la comunicación y los comunicadores tienen que asumir como propia la tarea de la construcción ciudadana, poniendo sobre sus espaldas el compromiso de respaldar procesos ciudadanos innovadores incluso en aquellos casos en que, por determinadas circunstancias, les corresponda liderarlos temporariamente.

Jesús Martín-Barbero sostiene que

pensar la política desde la comunicación significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en el proceso de formación del poder. Lo que deriva la democratización de la sociedad hacia un trabajo en la propia trama cultural y comunicativa de las prácticas políticas. Ni la productividad social de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico, ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de la escena pública que construye la comunicación masiva. Entonces, más que en cuanto objetos de políticas, la comunicación y la cultura se convierten en un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica –su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad- para enfrentar la erosión del orden colectivo. (Martín-Barbero, 2002: 222).

Esto exige trabajar por la promoción del debate público para generar y promover intereses, espacios e imágenes comunes, que garanticen una democracia culturalmente vivida, es decir, asumida como valor y práctica. Se trata de incorporar al sujeto popular a la comunicación pública en el espacio público para que interpele al poder y ayude al surgimiento de nuevas relaciones y otros equilibrios que favorezcan y empoderen al ciudadano como protagonista de la vida política.

Es una apuesta por “una ciudadanía comunicacional que, en el marco de los procesos políticos y culturales, permita la participación creativa y protagónica de las personas como forma de eliminar la concentración de poder de cualquier tipo para, así, construir y consolidar nuevas democracias”, tal como lo propuso el congreso de comunicadores latinoamericanos y caribeños reunidos en Porto Alegre (Mutirão de Comunicação América Latina y Caribe, 2010).

Pensarlo de este modo redefine el rol de los comunicadores en la sociedad. Robert White utiliza el término “intervinculadores” (White, 2007: 22) para definir la acción de los comunicadores. La tarea consiste en poner en relación a distintos actores y realidades pero, sobre todo, en actuar como facilitadores y articuladores del diálogo público entre actores plurales y diversos en un escenario público que es complejo porque está atravesado por dimensiones económicas, políticas, sociales y culturales, sin que ninguna de ellas tenga menos importancia que la otra y sin que alguna pueda ser soslayada.

## **Bibliografía**

- Cabrera, Fabrizio, *Multiculturalidad, ciudadanía y ciudad*. Conferencia en el Simposio “Pensar en Cali”, 20 de septiembre de 2002. Cit. en Rincon, Omar, *Desde los medios de comunicación. ¿Cómo formar ciudadanía?*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2004. [www.c3fes.net/docs/competencias.pdf](http://www.c3fes.net/docs/competencias.pdf) ; consultado el 14/4/2011.
- Gomes, Pedro, “O processo de mediatização da sociedade”, artículo inédito, Porto Alegre, 2004. En: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a04.htm>; consultado el 18/4/2011.
- Martín-Barbero, Jesús, *Oficio del cartógrafo*, FCE: Santiago de Chile, 2002.

Mata, María, "Entre la plaza y la platea". En: Schmucler, Héctor / Mata, María Cristina, *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* Univ. Nacional de Córdoba / Catálogos: Córdoba, 1992, págs. 61-75.

Morin, Edgar, *¿Hacia el abismo? Globalización en el siglo XXI*. Paidós: Barcelona, 2010.

Mutirão de comunicação América Latina y Caribe, Carta de Porto Alegre, 201.

En: <http://www.muticom.org.br> ; consultado el 14/4/2011.

Orozco, Guillermo, *Al rescate de los medios. Desafío democrático para los comunicadores*, Univ. Iberoamericana / Fund. Manuel Buendía: México, 1994.

Rey, Germán, "Cultura y Desarrollo Humano: Unas relaciones que se trasladan". En: <http://www.campus-oei.org/pensaiberoamerica/>; consultado en abril de 2005.

Rincón, Omar, "Desde los medios de comunicación. ¿Cómo formar ciudadanía?", Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2004.

En: [www.c3fes.net/docs/competencias.pdf](http://www.c3fes.net/docs/competencias.pdf) ; consultado el 26/12/2010

White, Robert, *Comunicar comunidad. Aportes para una ética de la comunicación pública*. La Crujía Ediciones: Buenos Aires, 2007.

---

Artículo enviado especialmente por el autor para este número de Herramienta

[1] Néstor Kirchner falleció el 27 de octubre de 2010.