



## COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

**FRANCISCO TOMALÁ MEDINA \***

*\* Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador; cuenta con estudios postgrado en Jóvenes, Sociedad, Cultura y Política por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador, y en la Universidad Andina Simón Bolívar el postgrado en Adolescencia, Salud y Sociedad. Ha desempeñado varios cargos: consultor en Comunicación y Abogacía para el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA); Comunicador del ex Consejo Nacional de las Mujeres; Técnico responsable a nivel nacional del área de comunicación del Proyecto "Ecuador Adolescente"; Coordinador de Comunicación de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha, Investigador y Productor del documental "Érase una vez"; actualmente es Especialista Contencioso Electoral 2, Coordinador Unidad de Comunicación del Tribunal Contencioso Electoral. Correo Electrónico: frantomala@yahoo.com*



### **RESUMEN:**

El artículo analiza la importancia de la comunicación en la política, el gran desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación TICs, y como los medios de comunicación de masas han transformado la vida de los hombres y su entorno.

### **PALABRAS CLAVES:**

Comunicación/política

### **ABSTRACT:**

Relates media with politics and its influence.

### **KEY WORDS:**

Communication/politics

Según McLuhan, los medios de comunicación de masas han transformado la vida de los hombres y su relación con el entorno, estos tienen el mérito de constituirse en extensiones de nuestra capacidad de conocer, pues construyen un lenguaje social específico, que hace cambiar nuestras percepciones sobre la sociedad y nuestras relaciones con los demás. (McLuhan 1998:70)

Las comunicaciones han cambiado, hemos pasado del boca a boca al teléfono, y de este a internet y las redes sociales y, con ello, también ha aumentado la difusión de los mensajes. La narración siempre ha sido el vehículo para transmitir experiencias; hoy en día el poder de internet multiplica la capacidad de expansión del relato porque aumenta la capacidad de los narradores, de las voces.

Las posibilidades virales de la cultura digital amplifican el mensaje implícito en el relato político, dada su capacidad de propagación, multiplicación y transmisión. Parece difícil recordar la época en que las familias se reunían alrededor de la televisión y guardaban silencio mientras observaban atentos, como en una especie de ritual, lo que se emitía en ese aparato.

En la actualidad, no nos basta con lo que sucede en un dispositivo, necesitamos conectarnos al mundo de varias maneras y estar en muchos sitios a la vez: ver el programa favorito, contestar *whatsapps*, revisar facebook, leer noticias, enviar correos y, en fin, infinitas tareas en más de un dispositivo.

La gente está en las redes sociales, mientras que la política está viviendo en sus sedes, la gente está viviendo en redes sociales, está conectándose y

adaptándose a través de ellas. Si la política quiere conectarse con la gente, tendrá que estar donde está la gente.

Las redes sociales sirven como instrumentos democráticos para vigilar, pero también para que los políticos contrasten y participen de la representación política que ostentan, porque al final no deja de ser una representación de la soberanía.

Aunque la preocupación del hombre por la política y su difusión data del origen de la civilización, explica Oscar Ochoa, en nuestro tiempo aún no es posible establecer y conciliar intereses, lograr consensos, entregar de una manera adecuada, equilibrada y equitativamente justa de comunicación. Por el contrario, el autor señala que los medios ejercen un poder que sobrepasa las posibilidades del ciudadano común, y la política sigue siendo más el privilegio de unos pocos que el ejercicio donde todos actúan por igual.

Desde la perspectiva del autor, "la política es una ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado". Es decir, se genera una complicidad entre ambos en la que no está ausente la comunicación, ya sea en forma directa o no, esto, ya que en democracia la vida política para Ochoa es un gran sistema de diálogos.

**Las redes sociales sirven como instrumentos democráticos para vigilar, pero también para que los políticos contrasten y participen de la representación política que ostentan...**

Los medios son el espacio donde se configuran hoy las culturas políticas, y no precisamente, por esos diez minutos *al aire* que se le entregan a los diversos movimientos políticos; quizás a pesar de que llevan el rótulo de *político* sean lo más apolítico que hay en la actualidad.

Los tres elementos principales que permiten identificar a los medios como espacio de configuración de culturas políticas, son: su oferta de un sistema de interpretación política, la posibilidad de generar instancias del debate político y de confrontación electoral; y, la condición de sitio social de expresión de los actores como también de silenciamiento y exclusión.

Bajo esta perspectiva, cabe recordar los últimos estudios de Paul Virilio, quien dice que a la postre es más importante lo que no nos dicen los medios, lo que callan, que lo que dicen; y si vamos más allá, a propósito del silenciamiento y la exclusión, Virilio afirma que las redes de informatización no están contribuyendo a crear precisamente una *nueva ágora electrónica*, todo lo contrario.

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, en cuanto a 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)

**Los medios son el espacio  
donde se configuran hoy  
las culturas políticas...**

### Cifras

Para entender la importancia de la tecnología en aspectos como la política, basta ver las cifras en Latinoamérica.

En el año 2012, el mercado móvil latinoamericano experimentó un crecimiento del 9 % y generó ingresos por 107.000 millones de dólares estadounidenses, que lo ha convertido en el segundo mercado de más rápido crecimiento y el cuarto mercado más grande del mundo, detrás de Asia-Pacífico, Europa y África, pero por delante de América del Norte y Oriente Medio. La industria móvil latinoamericana generó, en 2012, más del 3,7 % del Producto Interior Bruto de la región, mayor que la producción de esta industria en regiones más desarrolladas.

Las redes y los servicios móviles son, cada vez más, el principal método de acceso a Internet en toda América Latina.



Flicker

En 2011, el número de conexiones de banda ancha móvil ya superaba al de conexiones de banda ancha fija. Como resultado del rápido crecimiento experimentado en los últimos dos o tres años, ahora hay más conexiones de banda ancha móvil que suscripciones de banda ancha fija en los principales mercados de la región, y en algunos casos el número es superior.

Los usuarios latinoamericanos de teléfonos inteligentes son también más propensos a tomar fotos y a grabar videos que de otras regiones; en Venezuela, por ejemplo, tres de cada cuatro usuarios toman fotos y graban videos con regularidad, y en Chile, aunque la proporción es algo menor, la producción audiovisual de los usuarios de móviles también es significativa (67 %).

También en Latinoamérica se encuentra bastante extendido el uso del móvil para la obtención de información.

Incluso en Venezuela, el 39 % de los usuarios dicen utilizar su teléfono para buscar información política. Los dos datos sobre este país: la creación audiovisual y la información política están relacionados y se han exteriorizado en la última oleada de manifestaciones, donde los activistas utilizaron sus móviles para captar los temas de coyuntura y luego compartir las fotos y videos en las redes sociales.

La industria móvil en América Latina ha crecido a un ritmo vertiginoso durante más de cuatro años; ahora la región se enfrenta a una fase de maduración, en la que se espera una tasa de crecimiento anual del 4 % para los próximos años.

Para 2017 se espera que la tasa de penetración de suscriptores ascienda al 58 % (hoy en el 52 %), que la penetración de la telefonía inteligente alcance el 44 % (hoy en el 20 %) y que se

logren quinientos millones de conexiones de banda ancha móvil (hoy, aproximadamente, doscientos millones). Y, en materia económica, se prevé que en 2020 la industria generará el 4,5 % del PIB de la región.

### La forma es el fondo

Como manifiesta Gutiérrez (2014), la forma es el fondo. Cambiar el modo de hacer política es, también, un símbolo de cambiar la política.

Los políticos están tomando conciencia, poco a poco, de la importancia que tienen las redes sociales. Lo que deben comprender es que su práctica natural y su cultura es diferente a la de la cultura analógica. La cultura digital ha favorecido cambios a la hora de realizar política.

Vamos hacia un universo que se caracterice por la transparencia y por la rendición de cuentas. Es importante, por tanto, que los políticos cumplan estas premisas en tiempo real y permanente.

Las nuevas fronteras son internet y el ciberespacio, y el nuevo lema es ser digitales. El salto es grande y la diferencia está en que el televisor es un instrumento monovalente que recibe imágenes con un espectador pasivo que lo mira, mientras que el mundo multimedia es un mundo interactivo (y, por tanto, de usuarios activos) y polivalente (de múltiple utilización) cuya máquina es un ordenador que recibe y transmite mensajes digitalizados. (Sartori 1998:53)

Internet tiene un porvenir revolucionario como instrumento cultural, de crecimiento de nuestra cultura, preveo que tiene un futuro modesto (Sartori 1998:56).

Los verdaderos estudiosos seguirán leyendo libros, sirviéndose de Internet para completar datos, para las bibliografías y la información que antes encontraban en los diccionarios; pero dudo que se enamoren de la red.

Al leer lo expresado por Sartori, en el año 1998, diríamos que su predicción no fue acertada, solo basta ver en las calles como los ciudadanos utilizan el internet como un servicio básico.

Hace poco tiempo revisamos la aplicación Appgree, creada para posibilitar y agilizar la toma de decisión de un grupo numeroso sobre las ideas propuestas por sus miembros, de forma fácil y justa. Se basa en el principio estadístico que establece que una muestra de personas elegidas al azar de un grupo es representativa del mismo en su conjunto. Gracias a esto, Appgree encuentra la idea que mejor representa al grupo por cada pregunta planteada y recoge la valoración de cada persona sobre unas pocas ideas. Esto hace que la respuesta de un grupo, tenga el tamaño que tenga, sea inmediata.

Si la democracia tuviera que ser un sistema de gobierno guiado y controlado por la opinión de los gobernados, entonces la pregunta que nos deberíamos replantear es: ¿cómo nace y cómo se forma una opinión pública?

Casi siempre, o con mucha frecuencia, la opinión pública es un dato que se da por descontado. Existe y con eso es suficiente. Es como si las opiniones de la opinión pública fueran, como las ideas de Platón, ideas innatas.

El valor ideológico político que se le confiere hoy al trabajo de los medios (mediación), incluso en el seno del

mundo político, junto al contexto del progresivo debilitamiento de la producción de las ideas políticas nuevas y su fuerte repercusión en las convicciones del discurso político, han terminado en generar un verdadero abismo entre el ciudadano común y sus gobernantes.

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).

Una de las primeras características que encontramos al hablar de medios es que son un escenario de representación de lo social. Los medios escenifican ficciones de los conflictos sociales, con mayor o menor distorsión, diríamos que mayor de las versiones que están en conflicto, de los puntos de vista que están en competencia en la sociedad, de las posiciones antagonistas respecto a ciertos temas o intereses.

Aristóteles creía que la memoria estaba alojada en el corazón (que consideraba mucho más importante como órgano humano que al cerebro), por eso los romanos empleaban la palabra *recordari*, derivada del *cor* (corazón) cuando hablaban de lo que no se podía o debía olvidar. La memoria no garantiza el recuerdo si no es emocional. Sólo los recuerdos vividos son perdurables y no se olvidan.

Ahí están las oportunidades para la política, para los progresistas. Vivir el presente, vivir las ideas, para no olvidarlas y, así, ser capaces de un relato de la esperanza y del futuro.

## Bibliografía

- Mc Luhan, Marshall (1998). En: Vera, Héctor. *Desafíos democráticos del periodismo Chileno*. Santiago, Chile. Editorial Universidad de Santiago.
- Ochoa, Oscar (2000). *Comunicación política y opinión pública*. México D.F. Editorial Mc Graw-Hill/ Interamericana SA.
- Sartory, Giovanni (1998). *Homo Videns*. Buenos Aires, Argentina. Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, SA.
- Martín-Barbero, Jesús (2002). *Oficio del cartógrafo*. FCE: Santiago de Chile.
- Rey, Germán (s/f). *La crisis política y los medios de comunicación*.
- GSMA y Boston Consulting Group (2013). *Economía móvil América Latina*. Disponible en <http://www.gsamobileeconomylatinamerica.com/> consultado el 20/06/2015.
- Cabrera, Fabrizio. (20 de septiembre de 2002). Multiculturalidad, ciudadanía y ciudad. Conferencia en el Simposio “Pensar en Cali”. Cit. en Rincón, Omar, Desde los medios de comunicación.
- ¿Cómo formar ciudadanía?. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina (2004).