Alejandro Muñoz-Alonso
Juan Ignacio Rospir
(Directores de la Edición)

Comunicación Política

EDITORIAL UNIVERSITAS, S.A.

CAPÍTULO 1

EL CAMPO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA. LA DEMOCRACIA CENTRADA EN LOS MEDIOS

David L. Swanson

Durante más de dos milenios los pensadores han estado interesados en el papel de la comunicación en la política. *Retórica* y *Política* de Aristóteles, escritas en el siglo IV a. C., proporcionan un buen número de puntos de referencia para la ubicación del comienzo de estudios serios sobre política y comunicación. De hecho, las obras de Aristóteles han formado una tradición intelectual que sigue influyendo en el pensamiento sobre este tema.

No obstante, el estudio académico de la comunicación política en la forma en que la conocemos ahora, tiene unos orígenes mucho más recientes. A partir de los años cincuenta, han empezado a producirse en los países democráticos una serie de importantes acontecimientos que cambiarían de forma dramática las relaciones entre la comunicación y la política. Muchos de estos acontecimientos surgieron por primera vez en los Estados Unidos, donde tuvieron efectos profundos sobre la manera de conducir las campañas políticas y más tarde han dado forma a muchos de los actuales procedimientos de los funcionarios e instituciones gubernamentales. Posteriormente, la ola de innovación se extendió a un creciente número de países, donde los nuevos procedimientos han sido aceptados y aplicados en un proceso de cambio rápido que continúa hasta ahora.

En la actualidad, los cambios más relevantes que han creado la relación entre la comunicación y la política en la segunda mitad del siglo veinte parecen corrientes y familiares a los ciudadanos de la mayoría de los estados democráticos. Entre los más importantes de estos acontecimientos está la aparición de la televisión como medio de comunicación de masas -quizás el más genuinamente «masivo» de los medios- y su conversión en la principal fuente de noticias sobre política y gobierno para el público. A medida que las noticias televisivas se establecen como la primera fuente de información para el público, aumenta la rivalidad entre los medios de información y los funcionarios del gobierno por controlar el orden de los acontecimientos y por determinar cuales serán considerados como asuntos de importancia y como serán presentados. En su afán de ser más sofisticadamente comunicativos y persuasivos, los candidatos, partidos políticos y gobiernos llegan a confiar en los estudios de opinión pública como técnica de conocer las posturas y preocupaciones de los votantes y para formular estrategias encamina- das a conseguir el apoyo del público. En la mayoría de los países se utiliza la publicidad, sobre todo la publicidad televisiva, para generar el apoyo popular para los partidos políticos, candidatos y programas políticos. Incluso cuando la publicidad política no está permitida, con frecuencia se utilizan técnicas publicitarias en los programas de televisión emitidos por los partidos políticos en el tiempo «gratuito» del cual disponen durante las campañas electorales. La necesidad de los líderes, candidatos y partidos de convertirse en diestros «empaquetadores» de sus ideas y personalidades para el consumo de los medios, hace que confíen cada vez más en especialistas en materias tales como sondeos, uso eficaz de los medios de comunicación o recaudación de fondos.

A medida que los gobiernos en un número de países cada vez mayor han incorporado a las campañas políticas nuevas técnicas de comunicación, técnicas de sondeos y otras innovaciones, ha surgido una preocupación

relacionada con la «llueva política» que, para muchos observadores, parece al mismo tiempo fascinante por su fuerza y amenazadora por sus posibles con secuencias. ¿Entremezclar la política con los medios de comunicación de masas y los sofisticados métodos de persuasión y manipulación de imágenes proporciona a los altos cargos, partidos políticos y candidatos la posibilidad de manipular al público con el uso de técnicas «científicas» contra las que los votantes tienen pocas defensas? [1.] ¿Será resultado de esto una «democracia centrada en los medios» que aplastará y reemplazará los procedimientos e instituciones políticas tradicionales? [2.] El campo de la comunicación política ha surgido en nuestros tiempos para contestar a preguntas como éstas y se ha extendido de un país a otro siguiendo las innovaciones en los medios de comunicación, el gobierno y las políticas que sitúan tales preguntas en los primeros puestos de la lista de las preocupaciones del público.

En mayor o menor medida, prácticamente todas las democracias se han visto afectadas en el centro de su Vida gubernamental y política por la asención de los medios de comunicación de masas, de los expertos en comunicación y sondeos y de estrategias sofisticadas de comunicación. Algunos países tienen larga experiencia en este estado de cosas; en otros países los primeros movimientos hacia la política centrada en los medios aparecen ahora. Como iniciativa académica, el estudio de la comunicación política toma formas algo diferentes en cada país, reflejando su situación específica, su experiencia particular con «la nueva política», y los planteamientos preferidos del estudio sistemático de la política y los medios. A pesar de estas diferencias, el campo de la comunicación política como tal tiene varias características que destacaremos para proporcionar una imagen general de este ámbito de investigación. Una de estas características es el reconocimiento que la intrusión de los medios en el proceso político y la incorporación de nuevas estrategias centradas en los medios en la política y el gobierno constituyen un *proceso,* y no un acontecimiento. Este proceso es continuo; en cada país conduce a un conjunto de continuos cambios de procedimientos en la política y el gobierno y continuos cambios de relaciones entre la política, el gobierno, los medios y el público. No existe un punto en el cual se puede decir que el proceso ha concluido. En consecuencia, el estudio de la comunicación política está continuamente desarrollando nuevas estrategias y planteamientos para entender su siempre cambiante naturaleza.

---

[1] Ejemplos de algunos trabajos de periodistas que estimularon el interés y preocupación públicos por la nueva política son: Burdick, G.,The 480; Mc Graw-Hill, Nueva York 1964; Mc Ginnis, J., Como se vende un Presidente, Península, Barcelona, 1972 (l.a de. V.O.,1969); White, T. H. The MakingofthePresident 1960, Atheneum, Nueva York, 1961.

[2] Ejemplos de los primeros estudios académicos que describieron la incorporación de nuevas y soficticadas estrategias del uso de los medios de comunicación de masas, sondeos, etc., en la política y las consecuencias de estas nuevas estrategias en las formas de llevar a cabo las campañas polí- ticas son: Mendelson, H. y Crespi, l., Polls, Television and the New Politics, Chandler Scranton, P. A., 1970; Nimmo, D., The political Persuaders: the Techniques of Modern Election Campaigns, Prentice- Hall, Engiewood Cliffs, NJ, 1970; Perry, l. M., The New Politics, Potter, Nueva York, 1968.

En segundo lugar, en cada país el proceso de cambio está, hasta cierto punto, *condicionado por el entorno nacional* Las innovaciones adoptan formas algo diferentes, van en direcciones diferentes, y tienen consecuencias algo diferentes en cada país, reflejando cosas tales como la particular cultura política, instituciones, historia o el sistema de medios de comunicación del país en cuestión. Al mismo tiempo, existen *similitudes* entre países en cuanto a las formas y consecuencias de innovaciones en comunicación política.
Así, el estudio de la comunicación política se está volviendo cada vez más comparativo a medida que busca principios generales en las diversas experiencias de muchos países e intenta entender mejor la situación de cada país comparando sus experiencias con las de los demás. En tercer lugar, las formas y las consecuencias de las innovaciones en comunicación política traspasan las fronteras de las tradicionales disciplinas académicas. Sociología, ciencias políticas, estudios de literatura y disertaciones, periodismo y estudios de comunicación, psicología y otras materias aportan perspectivas importantes contribuyendo así al entendimiento de la comunicación política moderna. Pero cada disciplina ofrece sólo un punto de vista parcial y limitado del tema. Por tanto, el estudio de la comunicación política es una empresa interdisciplinaria que refleja un deseo de formular unas perspectivas más amplias sobre el tema que pueda permitir cualquier disciplina académica por separado.
Finalmente, el estudio de la comunicación política tiene varios objetivos y va dirigido a varios públicos simultáneamente. Muchas líneas de trabajo académico en materia de comunicación política reflejan un interés tecnológico en descubrir como ciertas estrategias e innovaciones pueden ser utilizadas con mayor eficacia y si, realmente, los nuevos planteamientos son más pode- rosos y persuasivos que los procedimientos tradicionales. Es típico que este tipo de trabajos orientados hacia lo tecnológico sea la primera forma de investigación de la comunicación política que aparezca en un país y que emerja tan pronto como los acontecimientos descritos anteriormente se dejen sentir en la política y en el gobierno. Los estudios tecnológicos no solamente explican qué innovaciones han sido introducidas y cuales son sus consecuencias, sino también proporcionan asesoramiento en materia de nuevas técnicas a los profesionales de la política, miembros del gobierno y los me- dios. Además del interés tecnológico, los estudios de comunicación política también intentan satisfacer la necesidad por parte del público de saber si las nuevas técnicas y procedimientos de la comunicación política constituyen una amenaza o fortalecen la soberanía del público. Así, muchos estudios de comunicación política reflejan un interés normativo en informar al ciudadano y ayudar a formular un sólido programa público referente a los procedimientos de campañas políticas, la relación entre el gobierno y los medios de información y temas derivados. Se plantean cuestiones empíricas y filosóficas esenciales concernientes a los efectos en las instituciones políticas, en la vida civil y en los cambios de formas de comunicarse los partidos políticos, los candidatos y los miembros del gobierno con el público y del creciente papel de los medios de comunicación en asuntos políticos.

A medida que persiguen esos objetivos, los investigadores en comunicación política intentan sobre todo avanzar en el entendimiento académico del tema,

ofreciendo nuevas ideas, descubrimientos y teorías que llevan cada vez a más minuciosos y precisos conceptos del evasivo y complicado objeto de sus estudios [3].

Quizás la corta descripción precedente aclara algunas de las razones por las que el campo de la comunicación política resulte especialmente excitante y estimulante para los estudiantes e investigadores. La materia es excitante porque estudia algunos de los más importantes, de mayor alcance y más profundos cambios, que están formando el carácter de la vida moderna en todo el mundo, y porque todavía queda tanto por aprender sobre estos cambios. Los mismos fenómenos que estamos estudiando están continuamente cambiando, adoptando nuevas formas y dejando atrás nuestros esfuerzos de en- tenderlos plenamente. La materia es estimulante porque el objeto de su estudio no puede ser reducido a consideraciones de una sola disciplina ya que se extiende a través de numerosos campos convencionales humanísticos y de ciencias sociales. Como consecuencia de esto, el estudio de la comunicación política pone a prueba los conocimientos y alcance de los investigadores, lo: desafía a explorar los límites de sus propios enfoques dentro de sus disciplinas y nos anima a todos a aprender de otras perspectivas y otras tradiciones académicas.

Muchas de las actuales preocupaciones y planteamientos de los investigadores de la comunicación política convergen en el estudio de la democracia centrada en los medios, que constituye el objeto del presente capítulo es, hoy en día, tema de intenso interés por parte de la investigación en comunicación política. En los últimos años la idea de que la democracia está centrada en los medios de comunicación ha originado la creencia de que acontecimientos singulares, formas de actuar de los gobiernos y directrices políticas están interrelacionadas y que consideradas en su conjunto dan forma a la vida política. El estudio de la democracia centrada en los medios constituye un esfuerzo por entender estas diversas relaciones y descubrir' modelo más amplio del cual forman parte. Por supuesto, la democracia centrada en los medios en sí es un amplio campo de estudio que abarca un terreno muy extenso. El presente capítulo ofrece una discusión introductoria (preliminar) bastante general y de gran alcance sobre el tema, centrado primer término en la adaptación de las instituciones políticas, en especial gobierno y del parlamento, a la democracia centrada en los medios. Es tensión de esta discusión describir algunas de las actuales preocupaciones (planteamientos que se encuentran dentro del campo de la comunicación lítica indicando como se enlazan en el estudio de la democracia centrar los medios; identificar algunos de los asuntos importantes en comunicación política que emergen a raíz de los recientes acontecimientos y describir los resultados de algunos de los últimos estudios sobre el tema.

---

[3] Un libro importante que ayudó a definir el campo de la comunicación política en su estado actual es Nimmo, D. y Sanders, K. R. (Eds.) Handbook 01 Political Communication, SAGE, Lon- dres, 1981; David Swanson y Dan Nimmo proporcionan una actualización, subrayando sobre todo las nuevas direcciones de investigación en la materia, New Directions in Political Communication. A Resource Book, Sage, Londres, 1990.

INSTITUCIONES POLÍTICAS EN UNA DEMOCRACIA CENTRADA EN LOS MEDIOS

Las relaciones entre los medios de comunicación de masas, el gobierno y la opinión pública son complejas. Pueden ser examinadas en varios ni distintos - desde las acciones de los periodistas, funcionarios y otras nacionales e internacionales. Se las puede analizar y evaluar desde varias perspectivas diferentes, abarcando desde un interés tecnológico en conocer como los líderes consiguen apoyo público para sus programas, hasta un interés filosófico en mantener y fortalecer instituciones democráticas y un interés más académico en entender la dinámica de la opinión pública y de un gobierno democrático en la sociedad moderna. Cada nivel y cada perspectiva muestran una imagen distinta del tema y proporcionan diferente información sobre el mismo.

Este capítulo intenta describir el tema desde la amplia perspectiva de fuerzas que hoy en día están cambiando las instituciones en muchos estados democráticos en el mundo. Para hacerlo examinamos el tema a nivel institucional desde una perspectiva internacional y comparativa al mismo tiempo. Desde este punto de vista, las actuaciones de los políticos, los parlamentarios y altos cargos del gobierno y los periodistas se ven como reflejo de la interacción entre las instituciones políticas, el gobierno y la comunicación. No obstante, en los ambientes de la política, el gobierno y el mundo informativo, la gente actúa dentro de los contextos institucionales y sus actuaciones están inevitablemente condicionadas por los objetivos institucionales, organización, cultura e historia. Si comparamos las actuaciones de altos cargos, líderes y periodistas desde el punto de vista del individuo, país y tiempo, podemos empezar a distinguir unas pautas que muestran como las formas institucionales condicionan las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación y la relación de ambas instituciones con el público.

Con el fin de preparar el terreno para esta discusión debemos considerar a modo de introducción dos observaciones. En primer lugar, cuando estudiamos las democracias en el mundo, quizás el hecho más chocante que notamos es la diferencia. Las instituciones y procedimientos políticos están condicionados por el entorno nacional. En cada país, el gobierno y la política reflejan un particular contexto nacional. Cada uno de estos contextos es único, complejo, en continuo cambio e incluye, además de otros, aspectos históricos, sociales, culturales y económicos. En muchos casos existen grandes parecidos entre instituciones y procedimientos en diferentes países, pero en el fondo, el planteamiento de gobierno de cada nación es una particular expresión de su historia, cultura y manera de organizar los ámbitos y actividades de la vida comunal.

En segundo lugar, a pesar de las profundas diferencias nacionales las instituciones y procedimientos políticos en muchos países están siendo afecta-dos y tienen que responder a fuerzas similares, algunas veces también con similares resultados. Estamos viendo como en cada vez más países los medios de comunicación de masas y, en especial, la televisión, se están convirtiendo en la principal fuente de información para el público. A medida que los medida nacionales e internacionales. Se las puede analizar y evaluar desde varias perspectivas diferentes, abarcando desde un interés tecnológico en conocer como los líderes consiguen apoyo público para sus programas, hasta un interés filosófico en mantener y fortalecer instituciones democráticas y un interés más académico en entender la dinámica de la opinión pública y de un gobierno democrático en la sociedad moderna. Cada nivel y cada perspectiva muestran

una imagen distinta del tema y proporcionan diferente información sobre el mismo.

Este capítulo intenta describir el tema desde la amplia perspectiva de fuerzas que hoy en día están cambiando las instituciones en muchos estados democráticos en el mundo. Para hacerlo examinamos el tema a nivel institucional desde una perspectiva internacional y comparativa al mismo tiempo. Desde este punto de vista, las actuaciones de los políticos, los parlamentarios y altos cargos del gobierno y los periodistas se ven como reflejo de la interacción entre las instituciones políticas, el gobierno y la comunicación. No obstante, en los ambientes de la política, el gobierno y el mundo informativo, la gente actúa dentro de los contextos institucionales y sus actuaciones están inevitablemente condicionadas por los objetivos institucionales, organización, cultura e historia. Si comparamos las actuaciones de altos cargos, líderes y periodistas desde el punto de vista del individuo, país y tiempo, podemos empezar a distinguir unas pautas que muestran como las formas institucionales condicionan las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación y la relación de ambas instituciones con el público.

Con el fin de preparar el terreno para esta discusión debemos considerar a modo de introducción dos observaciones. En primer lugar, cuando estudiamos las democracias en el mundo, quizás el hecho más chocante que notamos es la diferencia. Las instituciones y procedimientos políticos están condicionados por el entorno nacional. En cada país, el gobierno y la política reflejan un particular contexto nacional. Cada uno de estos contextos es único, complejo, en continuo cambio e incluye, además de otros, aspectos históricos, sociales, culturales y económicos. En muchos casos existen grandes parecidos entre instituciones y procedimientos en diferentes países, pero en el fondo, el planteamiento de gobierno de cada nación es una particular expresión de su historia, cultura y manera de organizar los ámbitos y actividades de la vida comunal.

En segundo lugar, a pesar de las profundas diferencias nacionales las instituciones y procedimientos políticos en muchos países están siendo afectados y tienen que responder a fuerzas similares, algunas veces también con similares resultados. Estamos viendo como en cada vez más países los medios de comunicación de masas y, en especial, la televisión, se están convirtiendo en la principal fuente de información para el público. A medida que los medios de comunicación de masas se sitúan en el centro de la vida social y política, están cambiando las formas tradicionales de periodismo y sus vínculos con el gobierno y la política. El gobierno y la política se ven entrelazados con la utilización eficaz de los medios de comunicación a causa de la enorme capacidad de éstos de formar la opinión pública. y sin embargo, al mismo tiempo que las instituciones políticas están dedicando más recursos y pericia a comunicar con el público, grandes sectores de éste en muchos países expresan su escepticismo hacia la política y decepción con los líderes, se debilitan las tradicionales lealtades de los votantes a los partidos políticos y la opinión pública es más inconstante que antes [4].

---

4 Ejemplos de recientes análisis comparados en esta línea general se pueden encontrar en: Butler, Do, y Ranney, A., (Ed.) Electionnering: A Comparative Study of Continuity an Change, Clerendon Press, Oxford, 1992; Kard, L. F., Gerstle, J. y Sanders, K. R., (Ed.) Mediated Politics in Two Cultures, Draeger, Nueva York, 1991

Estas dos observaciones sugieren que está teniendo lugar un proceso de cambio generalizado y profundo. En el núcleo del proceso se encuentran las formas en que las instituciones y procedimientos de la política y del gobierno se están adaptando al papel central de los medios de comunicación, especialmente la televisión, en la vida moderna, creando como resultado lo que podríamos describir como la «democracia centrada en los medios». En cierta medida, las relaciones entre los parlamentos y la opinión pública son reflejo y resultado de fuerzas más potentes que dan forma a la democracia centrada en los medios. La exposición que sigue intenta identificar algunos de los elementos que forman parte de una democracia centrada en los medios, describir la dinámica que los une, considerar sus implicaciones para las instituciones y procedimientos políticos y, finalmente, indicar algunas maneras en las que las relaciones entre un gobierno democrático y el público pueden ser moldeadas por estas fuerzas más generales.

COMPONENTES DE UNA DEMOCRACIA CENTRADA EN LOS MEDIOS

Cuando comparamos la evolución en los países democráticos en todo el mundo durante los últimos años, emergen algunos elementos comunes que parecen desempeñar un papel clave en el proceso de modernización. Al describir estos elementos no estoy contando experiencias de ningún país en particular. De hecho, es importante que los investigadores interesados en estudios comparados tengan siempre presente que la experiencia de cada país es sui generis, única e irrepetible en otro lugar. No obstante, es también importante evitar que el interés por los aspectos únicos de los acontecimientos en cada país nos impida ver pautas generales que pueden existir en varios países, ya que éstas pueden mostrar el esquema de un proceso global en desarrollo que de otra forma quedaría inadvertido [5].

Al describir algunos de los componentes de una democracia centrada en los medios estoy trazando un modelo construido a partir de la experiencia de muchos países y que ha captado algunos de los ingredientes básicos de esta moderna formación. Por supuesto, en cada país en particular estos elementos están presentes en menor o mayor grado y están adaptados de formas distintas a la cultura e instituciones del país en cuestión. Aquí, sin embargo, me concentro en temas comunes para muchos países, con el fin de describir el proceso general que parece estar afectando a democracias de todos los continentes.

Modernización de los Medios

El proceso de modernización parece estar asociado con varios acontecimientos relacionados entres sí en los medios de comunicación de masas. Como ya hemos visto, uno de estos acontecimientos es el crecimiento de los medios, y en especial el hecho de convertirse la televisión en la principal fuente de información y entretenimiento del público.

---

[5] Blumer, J. G.; McLeod, J. M., Y Rosengren, K. E. (Ed.), Comparatively Speaking: Communica- tion and Culture Across Space and Time, Sage, Londres, 1992; Blumer, J. G., Electoral Communica- tion.. A Comparative Perspective, en J. G. Blumer (Ed.), Communicating to Voters: Television in the First European Parlamentary Election, Sage, Londres, 1983, pp. 359-378.

La radiodifusión cambió la situación tradicional de los medios de comunicación ya que -al contrario que los periódicos- los servicios de radio y luego televisión se establecieron en la mayoría de los países como los primeros medios de alcance no solamente local o regional, sino verdaderamente nacional y llegaron al público general y no solo a audiencias locales o de élite. En un creciente número de países que disponen de sistemas de comunicación tecnológicamente avanzados, en muchos casos la televisión ha asumido el lugar de las fuentes más tradicionales de información, como organizaciones y periódicos de partido, el papel de principal proveedor de información sobre la política y el gobierno. Al tener una audiencia masiva a nivel nacional, la televisión se ha convertido en una considerable fuerza de configuración de la opinión pública y en un importante intermediario entre los dirigentes y líderes políticos y el público en general. Este papel crítico de la televisión se puede ver claramente en los Estados Unidos, que quizás puedan ser situados en la vanguardia de la modernización. En los Estados Unidos, las organizaciones de base de los partidos políticos están en declive y, durante los últimos treinta años las encuestas han demostrado que la mayoría de los ciudadanos obtiene de la televisión la mayor parte de su información sobre la política y el gobierno. La situación en España puede ser similar en algunos aspectos, dado que la influencia de la televisión sobre la audiencia a nivel nacional ya estaba asegurada antes del establecimiento de la democracia en 1976-1977[6]. En mitad del proceso podemos encontrar países como Argentina, Brasil, Francia y el Reino Unido, donde los partidos políticos siguen proporcionando información a sus seguidores por medio de actividades tradicionales, pero los mítines, congresos y otras actividades están cada vez en mayor medida adapta- dos a los requisitos de la televisión [7]. En la cola del proceso se encuentran países como La India, donde grandes sectores de la población todavía no tienen televisión en sus casas y donde, como consecuencia de esto, los me- dios de comunicación modernos tienen poca importancia como fuente de información política para la mayor parte del público. No obstante, la televisión india se está extendiendo con rapidez, y los comparativamente altos ni- veles de analfabetismo crean unas condiciones en que el poder potencial de la televisión está limitado solamente por su accesibilidad [8].

A medida que la televisión se ha convertido en el medio de comunicación dominante en países con sistemas de comunicación avanzados, su status institucional, y en particular sus relaciones con el gobierno y los partidos políticos, se ha hecho especialmente importantes. De hecho, hay quien mantiene que estas relaciones son hoy en día esenciales para la definición de sistemas nacionales de comunicación política [9].

---

[6] Rospir, J. l. , *Mass Media and Vote Decision in Spain.* Ponencia presentada al congreso anual de la lntemational Communicatio Association, Washington, DC, 1993.

[7] Angell, A.; Kinzo, M., y Urbaneja, D., «Latin America)), en D. Butler y A. Ranney (Ed.), ob. cit.; Gerstlé, J., *The Modernization o{ Election Campaigns in France,* ponencia presentada al congreso anual de la lntemational Communication Association, Miami, Fl., 1992; Waisbord, S. R., *A sign o{ the Times: Television and Electoral Politics in Argentina,* Helen Kellogg lnstitute for lntemational Studies, University of Notre Dame, 1993.

[8] Scammel, M., y Karan, K., *Limits o{ American Influence.. A Comparative Assessment of political Advertising in Britain and India,* ponencia presentada a la Novena Conferencia de comunicación Internacional e lntercultural, Miami, Fl., 1992.

[9] Gamham, N., «The Media and fue Public Sphere», en C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere,* MIT .Press, Cambridge, MA., 1992; Gurevitch, M., y Blumer, J. G., «Comparative Re- search: the Extending Frontier», en D. Swanson y D. Nimmo, ob. cit., 1990.

La tendencia general en muchos países ha sido el debilitamiento de vínculos entre la televisión y otros medios por un lado, y entre el gobierno y los partidos políticos por otro. Esta tendencia refleja varios acontecimientos. Uno de ellos es la creciente privatización de los medios de difusión. El modelo de televisión y radiodifusión como servicio público está en declive en varios países de Europa Occidental y en otras partes ya que crece rápidamente el número de televisiones y otros medios de comunicación privados. Italia es quizás un ejemplo más dramático, ya que los medios de comunicación privados allí crecieron con tanta rapidez, que hoy en día parece que nadie es capaz de decimos cuantos sistemas de radiodifusión privados hay.

Uno de los efectos del avance de la privatización ha sido llevar a un gran número de profesionales de la información a sistemas de comunicación movidos por intereses comerciales, en los que el éxito se mide por el tamaño de la audiencia. La estrecha vinculación con los partidos políticos y posturas ideológicas no hacen un buen servicio a la necesidad de los medios comerciales de atraer un cada vez mayor número de lectores, oyentes y espectadores de todo el espectro político. Al mismo tiempo, la enorme y creciente audiencia en todo el mundo de noticias de cadenas privadas internacionales t que parecen políticamente independientes, como CNN y Sky News, puede llegar a hacer pensar que los medios de información nacionales e internacionales deberían ser políticamente neutrales [10]. Aunque en algunos países, por ejemplo en Malasia, sigue existiendo una fuerte influencia gubernamental sobre los medios de comunicación privados, en general, la continua expansión de televisiones privadas nacionales e internacionales está permitiendo al público en la mayor parte de los países el acceso a medios que tienen pocas o ningunas conexiones con el gobierno o los partidos políticos.

También en la radiodifusión pública ha tenido lugar un debilitamiento de vínculos entre el gobierno y la televisión. Hoy en día, en la mayoría de los países los servicios públicos de televisión funcionan dentro de unos marcos institucionales y legales que regulan sus relaciones con el gobierno y los partidos políticos. Aunque sigue habiendo un fuerte control de los medios públicos de comunicación en determinados países -por ejemplo en Oriente Medio y Africa- está claro que en los países democráticos la tendencia es la de mayor autonomía de los servicios públicos de televisión. Así, en países tales como Gran Bretaña, Alemania y Francia, la vulnerabilidad de la televisión pública a la influencia del gobierno es constantemente objeto de observación y control [11].

Con su creciente autonomía, los servicios públicos de radiodifusión que actúan en sistemas de comunicación más avanzados se encuentran en la situación de tener que competir por la audiencia con los políticamente independientes servicios de noticias privados nacionales e internacionales. De hecho, ahora es más importante que nunca que los servicios públicos de información atraigan una audiencia grande para sobrevivir y para justificar su continua financiación de fondos públicos.

---

[10] Para la globalización de las noticias de televisión y algunas consecuencias de este fenómeno ver: Friedland, L. A., Covering the World: lntemational Television News Services, Twentieth Century Fund, New York, 1992; Parker, R., The Future of Global Television News, Joan Shorenstein Center on fue Press, Politics and Public Policy, Harvard University, Cambridge, MA, 1994.

[11] Schoenbach, K., The Decline of Proportional Representation? Possible Consecuences of an "Americanization» of German Election Campaigns, ponencia presentada al congreso Anual de la In- ternational Communication Association, Miami, FL., 1992.

En el actual ambiente competitivo de los medios de comunicación, ser percibido como portavoz del gobierno o de un partido político puede ser una desventaja para los medios de información públicos a la hora de atraer una audiencia numerosa y heterogénea. Como consecuencia de esto, los servicios públicos con frecuencia se sienten fuertemente incentivados para aprovechar su autonomía para ofrecer opiniones políticamente neutrales. De esta manera, tanto en medios privados como públicos el avance de la modernización está aumentando las distancias entre las instituciones de los medios y las del gobierno y la política.

La creciente fuerza e independencia de las instituciones de los medios de información tanto públicos como privados ha fomentado una tendencia similar en los procedimientos informativos. Hoy en día podemos detectar una profusión de cultura profesional periodística que suple la cultura política que antes predominaba en la información en muchos países. Este cambio, sin duda, ha sido fomentado por cada vez más estrechas conexiones internacionales entre los medios, que han ayudado a difundir el periodismo profesional. Así que, hoy en día podemos observar en países como Francia e Italia, por ejemplo, donde el periodismo político ha sido considerado históricamente como una rama de la política, como el periodismo está con- templado más como una profesión en su propio derecho que debería tener sus propios valores y desarrollar sus propias usanzas [12].

En muchos países, en la nueva cultura profesional de periodismo, los tradicionales compromisos ideológicos y políticos están siendo reemplaza- dos por un diferente concepto de los valores, objetivos sociales y usanzas que deberían guiar la información [13]. A pesar de la existencia de importantes diferencias a nivel nacional en las culturas periodísticas locales, en general, las culturas de periodismo profesional en un creciente número de países expresan la independencia política de los medios de comunicación encumbrando la objetividad y neutralidad política como valores principales que deberían caracterizar la información sobre la política y el gobierno. Por otra parte, los intereses institucionales de la mayoría de las organizaciones informativas en mantener y ampliar sus audiencias, con frecuencia conduce a formas de informar que están pensadas para hacer las noticias más interesantes y atracti-

---

[12] Mancini, P., *Party Affiliation, Election campaigns and the New Mass Media System,* ponencia presentada al congreso anual de la International Communication Association, Miami, FL., 1992.
[13] Para un análisis de las prácticas periodísticas y la posición del periodismo como institución y su relación con el gobierno y los partidos políticos ver: Hallin, D., Y Mancini, P., «Speaking oí fue President: Political Structure and Representational Form in US and Italian Television News)) en *Theory and Society,* 1984, vol. 13, pp. 829-859; Mazzoleni, G., «Media Logic and Party Logic in Campaign Coverage: fue Italian General Election oí 1983. en *European Joumal 01 Communication,* 1987, vol. 2, pp. 81-103.

vas para las audiencias, gran parte de las cuales en muchos países no tiene ningún interés especial en seguir en detalle el día-a-día de las actividades del gobierno y de los políticos. Así que, es bastante común ver las noticias construidas de manera que haga que el gobierno y los políticos sean más interesantes para la audiencia. Las formas usadas más frecuentemente de hacer las noticias más interesantes para el público incluyen lo siguiente: enfatizar dramas y conflictos; concentrarse en acontecimientos concretos y no en ideas abstractas; personalizar las noticias presentando a personas concretas en representación de instituciones, ideas y otras fuerzas impersonales que por ellas mismas son difíciles de visualizar; reducir asuntos complejos a unas simples historias con moraleja.

Estas actitudes periodísticas son, por supuesto, conocidas en los Estados Unidos, donde con frecuencia han sido criticadas por presentar una imagen distorsionada e incompleta del proceso político [14.] El punto clave que debemos observar es que estas actitudes suelen aparecer cuando el periodismo como institución adopta las características que parecen estar asociadas con el proceso de modernización.

Resumiendo: La consecuencia del proceso de modernización de los me- dios de comunicación se traduce, en muchos países, en el avance de periodismo políticamente neutral que atrae la atención de una audiencia a nivel nacional y que guarda celosamente su independencia. Presentándose a sí mismo como un observador objetivo y desinteresado. El periodismo, incluyendo el periodismo televisivo, está intentando, en algunos países, interponer su propia voz independiente en el diálogo entre los líderes políticos y el público. y al hacerlo, puede hablar con más autoridad y credibilidad que antes, precisamente como resultado de su posición en el centro de la sociedad y de su aparente independencia de la influencia del gobierno y los partidos políticos. Hasta tal punto que si las instituciones informativas en un país concuerdan con esta descripción, este país está bien orientado en el camino hacia la democracia centrada en los medios.

Modernización de la Política y el Gobierno

La democracia centrada en los medios se asocia también con algunos' cambios paralelos en las instituciones y procedimientos de la política y del gobierno. Estos cambios tienen su origen en la extendida creencia que la abundante y favorable atención por parte de los medios es esencial para el éxito en las elecciones y en el gobierno. El reconocimiento de este hecho aparente de la democracia moderna lleva a los gobiernos y a los partidos políticos a solicitar consejo de los expertos técnicos sobre la forma de asegurar una atención favorable por parte de los periodistas y, por tanto, de explotar el poder de la televisión y otros medios para formar la opinión pública.

---

[14] Patterson, T.E., OutofOrder, Knopf, NewYork, 1993.

Hoy en día, en casi todos los partidos políticos y gobiernos encontramos expertos en materias tales como investigación de la opinión pública, trato adecuado con los medios de comunicación, comunicación eficaz a través de la televisión, creación de acontecimientos y mensajes que mejor aprovechen la capacidad de los medios para influir sobre las creencias y sentimientos del público.

Debido en parte a la influencia de esta clase profesional y técnica, los procedimientos de la política y del gobierno en la mayoría de los países, están cada vez con más frecuencia confeccionados para satisfacer las preferencias y requisitos de seguimiento favorable por parte de los medios de comunicación. En un gran número de países de América del Norte y del Sur, Europa Occidental y Oriental, Asia y la región del Pacífico, es frecuente encontrar a los altos cargos y dirigentes dedicando gran parte de su tiempo a acontecimientos cuidadosamente preparados con el fin de atraer un seguimiento favorable por parte de los medios de comunicación. Generalizando, en casi todas partes los gobiernos están dedicando cada vez más energía y pericia a lo que Blumer describió como «el moderno proceso público» [15].

Siendo la televisión el medio de comunicación dominante en muchos países, el mismo discurso político está muchas veces configurado para cumplir los requisitos de lo que se considera «buena televisión: corto, sencillo, personal, concreto con unas cuantas frases memorables que pueden ser citadas en telediarios y en la prensa. Por supuesto, donde está permitida la publicidad política durante las campañas electorales, y en especial la publicidad en televisión, ésta tiende a convertirse en la forma dominante del discurso político e introduce en él recursos adicionales tales como imágenes dramáticas, música apremiante y la manipulación de la opinión subjetiva [16]. Incluso donde la publicidad política en televisión como tal está prohibida, cada vez con más frecuencia se incorporan técnicas publicitarias en los programas políticos más largos que los partidos pueden presentar. Brasil, Francia y el Reino Unido son buenos ejemplos de este último fenómeno de insertar publicidad en el diálogo político [17].

---

[15] Blumer, J. G., «Elections, the Media and the Modem Publicity Process» en M. Ferguson (Ed.), Public Communication. the New lmperatives, Sage, Londres, 1990, p. 101-103; Franklin, B., Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy, Edward Amold, Lon- dres, 1994.

[16] Kaid, L. L., Y Holtz-Bacha, C. (Eds.), Political Advertising in Westem Democracies, Sage, Lon- dres,1994.

[17] Angell, A., et Al, ob. cit.; Gerstlé, ob. cit.; M. Scammel y K. Karan, ob. cit.

Como dicen los expertos, los lemas desarrollados en publicidad política son tanto más eficaces cuanto más se repitan y refuercen en todas las demás formas de comunicación-discursos, posters, mítines y toda clase de declaraciones. Los Estados Unidos nos ofrecen un claro ejemplo de como, de esta manera, la publicidad tiende a influir sobre todo el contenido de las campañas políticas, y como los requisitos de una publicidad eficaz pueden convertirse en una fuerza que influye en todas las formas del discurso político [18].

En el proceso de adaptación al moderno papel de los medios, la cultura interna, el personal y las prioridades institucionales y gubernamentales pueden cambiar al tiempo que cambian sus procedimientos. Los expertos con- tratados para ofrecer consejo con frecuencia asumen papeles políticos e introducen nuevos temas en el proceso de toma de decisiones. Su presencia durante las discusiones políticas puede llevar a los dirigentes a pensar constantemente en la posible reacción de los medios y del público a las alternativas políticas, quizás de forma más visible y apremiante que antes. El resulta- do puede traducirse en dar mayor importancia en el proceso deliberativo al deseo de una favorable respuesta de los medios y del público.

También hay que decir, que el poder ganado a través de una eficaz utilización de los medios de comunicación ha resultado efímero en muchas ocasiones. En estos tiempos de electorados más volátiles, cuyos sentimientos se ven influidos por las imágenes de los medios de comunicación, el poder político se apoya en menor medida en las seguras y duraderas bases de generaciones de lealtad a los partidos fundadas en los intereses de grupo y de clase. La aprobación del público ganada por medio de una eficaz utilización de los medios puede perderse con la misma rapidez con la que ha sido ganada cuando las imágenes se vuelven amargas y los dirigentes parecen incapaces de controlar los acontecimientos. Así que, para mantener la aprobación del público hay que cultivarla constantemente. Como resultado de esto, en algunos países se ha creado la situación de una permanente campaña electoral en la que el gobierno se ve obligado a ganarse continuamente el favor del público para permanecer en el poder. La necesidad de utilizar los medios de comunicación para mantener el apoyo de los electores se convierte en una prioridad diaria e implacable del gobierno, y los estrategas y expertos que pueden proporcionar asesoramiento referido a los medios pueden hacerse cada vez más poderosos.

Además de esto, los partidos políticos están viendo que la democracia centrada en los medios ha encarecido enormemente los costes de las campañas electorales. Hay que buscar más ingresos, y las personas que pueden aportar grandes contribuciones pueden conseguir un nuevo y más importan te papel en los asuntos de los partidos.

---

[18] Para una detallada discusión sobre este fenómeno y sus consecuencias para el discurso político ver: Jamieson, K. H., Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy, Oxford University Press, Nueva York, 1992.

Así que, tanto en los partidos políticos como en los gobiernos, la democracia centrada en los medios de comunicación puede cambiar no sólo la forma de presentar las decisiones y programas al público, sino también puede alterar las prioridades y permitir que en el proceso político se oigan nuevas voces representando nuevos intereses.

La Dinámica de la Democracia centrada en los Medios de Comunicación

Cuando los elementos de la democracia centrada en los medios de comunicación están en su sitio, la interacción entre las instituciones de la comunicación, la política y el gobierno tiende a seguir una dinámica particular o un modelo de desarrollo. En el centro de esta dinámica está el potencial de la lucha entre los altos cargos y periodistas por el control de la agenda y por la posibilidad de adaptar o interpretar los acontecimientos y asuntos importantes de la actualidad. Este potencial es virtualmente inseparable del proceso de modernización. Este proceso produce unas instituciones informativas que son más poderosas, más autónomas y más decididas a conseguir sus intereses y objetivos por medio de su propia cultura profesional. Al mismo tiempo, el proceso resulta en la profesionalización de la comunicación política y gubernamental, ya que los altos cargos y líderes políticos dedican cada vez mayores recursos y conocimientos a la manipulación de los medios [19].
En países donde la democracia centrada en los medios esta altamente desarrollada, los altos cargos del gobierno y los partidos políticos, con frecuencia sacan provecho de una acertada manipulación de los medios de comunicación. Los ejemplos incluyen las recientes elecciones presidenciales en los Estados Unidos, que ahora reciben una extensa cobertura informativa en todas partes, y las elecciones generales británicas de 1992, en las que los esfuerzos de los políticos tuvieron tanto éxito, que los periodistas de la BBC se convirtieron en «virtuales co-productores de la campaña», según el reciente estudio no publicado de Michael Gurevitch y Jay Blumer. En vista de tal manipulación, los medios independientes tienen que elegir la respuesta con el fin de conservar su autonomía. Lo que han echo los medios de comunicación en los Estados Unidos, fue intentar descubrir los esfuerzos de manipulación de la información por parte de los políticos, con la esperanza de hacer así menos efectiva la manipulación. Así, ha surgido una especie de estilo «desdeñoso» de información política en el que los reportajes sobre un acontecimiento político incluyen la explicación de como éste ha sido preparado para obtener una favorable cobertura por parte de los medios de comunicación.

---

19 Semetko, H. A., et Al., The Formation of Campaign Agendas: A Comparative Analysis of Party and Media Roles in Recent American an British Elections, Erlbaum Hillsdale, N. J., 1992.

A los personajes políticos que intentan influir en las interpretaciones periodísticas de los acontecimientos se les permite hablar libremente en los reportajes, pero sólo después de haberles identificado como «spin doctors» y haber explicado sus fines manipulativos a los espectadores.

En los últimos años los periodistas en los Estados Unidos han ido más allá de la exposición de la manipulación en los reportajes y han adoptado un papel más agresivo, haciendo valer su independencia por medio del control de la veracidad de las declaraciones de los altos cargos y candidatos. Reportajes «vigilantes de anuncios» se han hecho comunes durante las campañas electorales; en ellos, los periodistas identifican elementos falsos o engañosos de la publicidad política.

En los Estados Unidos el efecto del esfuerzo de los periodistas de resis- tir la manipulación no ha consistido en frustrar los esfuerzos de los políticos de manera que provocase a éstos a inventarse nuevas estrategias para supe- rar las de los periodistas. Por ejemplo, en la campaña de 1992 existen varios ejemplos famosos de intentos de convencer a los periodistas por los agentes de un candidato para que califiquen de falsas algunas declaraciones o publicidad del candidato contrario, incluso en casos en que estas declaraciones resultaran correctas más adelante. Además, en la campaña presidencial del 92 los candidatos eligieron la estrategia de aparecer en los populares «talk shows» de la radio y la televisión, donde contestaban a las preguntas del público o de los espectadores u oyentes que llamaban a los programas. El objetivo de los candidatos era comunicar directamente con el público, sin la mediación de los periodistas [20]. Como sugieren estos ejemplos, la relación de adversidad entre los medios y los políticos que ha surgido como resultado de la democracia centrada en los medios en los EE. VV., está produciendo una lucha en continua escalada en la que cada una de las partes busca incesantemente nuevas formas de dominar a la otra [21]. Gran Bretaña ofrece un ejemplo de respuesta diferente al intento de manipulación de los medios. La BBC tradicionalmente ha sido más deferente con los dirigentes políticos y gubernamentales que los medios en los EE. VV. Pero esto no significa que los políticos británicos sean menos manipuladores o que los periodistas no reconozcan la manipulación. Pranklin [22], argumenta muy convincentemente lo contrario. La respuesta de la BBC ha sido intentar reducir un poco la cobertura de los actos políticos preparados y en vez de esto producir más análisis independientes de los candidatos y problemas utilizando los recursos de las unidades especializadas de la BBC.

---

[20] Rosen, J., y Taylor, A., The New News VS. the Old News: the Press and Politics in the 1990s, Twentieth Century Fund, New York, 1992.

[21] Patterson, T. E., ob. cit.; Swanson, D. L., Changing Roles 01 Media in the 1992 US Presidential Campaign, Toronto, 1993.

[22] Franklin, B., ob. cit.

Actuando de esta manera, los periodistas intentan dar forma a la agenda incluyendo en ella los temas que consideran más importantes. Los periodistas que cubrieron las últimas elecciones en Canadá para la CBC, se prepararon para la tarea en una conferencia intensiva de tres días en la que fueron consideradas cuestiones tales como p. ej. la posibilidad de terminar con la costumbre de mandar reporteros y cámaras a los aviones de los candidatos para seguir sus actividades diarias en campaña.

Así que, parece que la democracia centrada en los medios influye en la forma de las instituciones de los medios de información, políticas y gubernamentales de varias maneras y que sigue una dinámica que puede contraponerlas en una lucha por el control de la agenda. Esta dinámica puede adoptar una forma explícitamente adversa cuando los periodistas intentan exponer las falsedades y estrategias manipulativas por parte de los altos cargos o puede producir esfuerzos por parte de los periodistas de trasladar la atención de las actividades de los políticos hacia una agenda alternativa generada por los periodistas. Independientemente de la forma que adopta la dinámica, la característica general de una democracia centrada en los me- dios de comunicación consiste en general en la competencia de todos los partidos por capitalizar el poder y el lugar central de los medios, en especial de la televisión, en la vida moderna.

CONSECUENCIAS DE UNA DEMOCRACIA CENTRADA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los elementos de la democracia basada en los medios que acabo de describir están, de formas distintas en diferentes países, asociados a algunos cambios en procesos políticos que pueden tener unas implicaciones muy importantes en el funcionamiento de una democracia moderna.

Cambios en los Partidos Políticos

Consideremos en primer lugar las implicaciones para los partidos políticos. Seguramente, en los sistemas parlamentarios los partidos políticos por o general mantienen un gran poder sobre la selección y nominación de los candidatos. En otros aspectos, sin embargo, su fuerza puede estar erosiona- la por el proceso de modernización.

En muchos países, debido en parte a la influencia de la televisión, la democracia centrada en los medios esta causando una atención de la política. Como hemos visto, en el proceso de modernización los medios, con la televisión en cabeza, tienden a presentar las noticias políticas centrando la atención en las personalidades y no en las ideas. Los partidos políticos pueden verse inducidos a responder sacando al frente a los líderes o candidatos que quedan especialmente atractivos e irresistibles en las imágenes de televisión y en otros medios. Con el transcurso del tiempo, los votantes pueden llegar a considerar los partidos políticos no como unas organizaciones burocráticas comprometidas con unos programas e ideologías particulares, sino como conjuntos de unos cuantos individuos atractivos y fuertemente promocionados a quienes llegan a sentirse vinculados personalmente. Este fenómeno puede producir cambios en el funcionamiento interno de los partidos políticos y en su relación con los votantes. La buena imagen en los medios se convierte en la

base del poder e influencia de un político dentro del partido político y puede llegar a ser requisito en la selección de líderes y candidatos. Los programas e ideologías de los partidos pueden quedar eclipsados por las personalidades y carisma de los candidatos como factores del atractivo de los partidos para los votantes.

La personalización también puede conducir a los cambios en el sistema electoral. Los votantes que dan su apoyo a personas y no a partidos pueden quedar frustrados por sistemas electorales que les obligan a votar las listas de candidatos del partido y no directamente a candidatos individuales. Hoy en día parece haber indicios de tal frustración entre los votantes alemanes, por ejemplo [23]. En otros países, los recientes movimientos a favor de permitir la, votación directa a personas individuales, han dado como resultado campañas que en algunos aspectos se asemejan al modelo americano. En Italia, por ejemplo, donde los ciudadanos votan ahora a candidatos individuales para la 'S Cámara de los Diputados, hubo algunos casos de candidatos que montaron campañas publicitarias contra otros de su propio partido [24]. A escala nacional, la introducción de la votación directa en la elección del Primer Ministro en Israel, ha llevado a una campaña altamente personalizada y centrada en los medios, familiar desde hace tiempo en los EE. VV.

Además de la personalización, el proceso de modernización puede también cambiar la forma de atraer votantes a los partidos políticos. Cada vez más, los partidos centran sus esfuerzos en la televisión, ya que ésta constituye un medio de alcance nacional capaz de llegar a todos los sectores del electorado. Los partidos que triunfan en las democracias modernas pueden encontrarse con el hecho de que las mismas estrategias que llevan al éxito hacen que sus compromisos ideológicos se vuelvan borrosos e indistintos, y su discusión sobre problemas y sus soluciones se hace vaga y general para no alienar innecesariamente a ninguna parte del electorado. Esta tendencia se ha hecho notar en varios países con largas tradiciones de política movida por ideologías.

En Israel y Suecia, esta tendencia ha sido citada como causa de la creciente insatisfacción de los votantes con los partidos políticos que parecen ahora carecer de interés por ofrecer soluciones concretas y específicas a los problemas de los votantes [25].

---

[23] Schoenbach, K., ob. cit.

[24] Mancini P., ob. cit.

25 Asard, E., Y Bennett, W. L., Regulating the Marketplace of Ideas: Tax Reform and Election Rhe- IOric in Sweden and the United States, Uppsala University, Uppsala, 1992.

Así que, quizás permanezca igual la posición estructural de los partidos políticos en el proceso de modernización, pero su carácter y su relación con los votantes puede verse formada de manera diferente por las fuerzas que conducen a la democracia centrada en los medios de comunicación.

Cambios en el Gobierno

.

La democracia centrada en los medios también parece tener consecuencias para los gobiernos. Como ya hemos visto, el proceso de modernización, puede inducir a los gobiernos a intentar mantener su popularidad buscando una constante y favorable atención de los medios de comunicación. Gobernar se convierte en una actividad más pública y visible que antes. Para los ciudadanos, el gobierno deja de ser una burocracia grande e impersonal, vagamente comprensible y se convierte en una actividad más fácil de abarcar para sus conocimientos, ejercida a la vista del público por personas que éste ve con regularidad en televisión Y sobre las que se forma fuertes opiniones.

Cuando el gobierno se hace más visible para los ciudadanos, éstos pueden llegar a esperar más de él. Uno de los resultados de una intensa cobertura informativa puede ser a veces indeseables presiones sobre el gobierno exigiéndole reacciones rápidas a los acontecimientos, creación de nuevos programas como si éstos, sobre la marcha, proporcionaran soluciones inmediatas a los problemas Y dejarse ver tomando posturas decididas en cada asunto y preocupación que surge. Falta de soluciones rápidas o imagen de inactividad, puede ser la causa de pérdida de apoyo por parte de un público impaciente. De forma paralela, cuando el gobierno se somete al imperativo \ de la modernización de ser visto actuando Y tomando posturas en un creciente número de materias y acontecimientos, el público puede llegar a creer que cada vez más ámbitos de la vida pasan a ser, en cierta manera, responsabilidad del gobierno. Es decir, para el público, en connivencia con el gobierno centrado en los medios, los atributos del gobierno se hacen más amplios.

Cuando el gobierno resulta ser incapaz de cumplir estas nuevas Y más grandes expectativas, un creciente número de votantes puede desinteresarse con la política y tratar el proceso político con escepticismo.

Esto no quiere decir que todas las posibles consecuencias de la democracia centrada en los medios sean preocupantes. Al contrario, un proceso que hace que los ciudadanos se sientan más enterados sobre los asuntos del gobierno y los líderes políticos y más implicados en las actividades del gobierno, es, con certeza, saludable para la democracia. Tampoco podemos decir que estas consecuencias sean necesariamente inevitables o que vayan a y tener la misma forma en cada país que atraviesa el proceso de modernización. Aquí repetiré lo que dije al principio: a pesar de las similitudes, las instituciones y procedimientos políticos del gobierno están siempre adaptados y reflejan sus únicos contextos nacionales y culturales.

He intentado describir un modelo general, cuyos indicios parecen estar emergiendo en muchos países y en muchos contextos culturales diferentes. Creo que es importante el reconocimiento de este modelo, ya que implica unos cambios fundamentales en el carácter de las instituciones y procedimientos democráticos. Entre estas instituciones se encuentran, por supuesto, los parlamentos. Para concluir, me gustaría indicar brevemente unas cuantas

maneras en las que las fuerzas puestas en juego por la modernización pueden afectar la relación de los parlamentos con la opinión pública. .

DEMOCRACIA CENTRADA EN LOS MEDIOS Y EL ESTIMULO PARA EL GOBIERNO DEMOCRÁTICO

Los cambios que una democracia centrada en los medios puede suponer para el gobierno, para los medios de comunicación, sus relaciones mutuas y las relaciones de ambos con el público, pueden tener consecuencias muy significativas. Es demasiado pronto para saber con certeza cuales serán estas consecuencias, y por supuesto, éstas tienen formas distintas en diferentes países. Sin embargo, basándonos en lo que hemos dicho hasta ahora, podemos darnos cuenta de la profundidad de estas consecuencias si tenemos en cuenta, qué llega a ver y saber el público sobre el gobierno en una democracia moderna, siguiendo las noticias en los medios informativos. Creo, que el proceso de modernización conduce a unos marcos informativos que muestran las actuaciones del gobierno, que están en conflicto con procesos normales de un gobierno democrático. Esta opinión general puede ser ilustrada con los siguientes tres ejemplos.

En primer lugar, hay un antagonismo entre los procedimientos fundamentales de un gobierno democrático, que consisten en la negociación y el compromiso, y las narraciones del periodismo profesional que intenta describir los acontecimientos en términos de conflicto y dramatismo. En consecuencia, las convenciones ordinarias del periodismo profesional no sirven bien para dar al público una imagen exacta y completa de los procedimientos de funcionamiento de un gobierno. Además, los reportajes que informan sobre los debates parlamentarios en términos de conflicto y oposición pueden frustrar los esfuerzos encaminados hacia la negociación y el compromiso, dificultando seriamente las tareas del gobierno.

En segundo lugar, hay una contradicción entre las formas de actuación más comunes para los gobiernos parlamentarios, que son conjuntas, cooperativas y colectivas, y la preferencia de las formas narrativas de los medios modernos por la personalización y atribución de causalidad a los individuos y no a grupos. Esta oposición puede llevar a unos reportajes que insisten en representar acciones parlamentarias como resultados de los esfuerzos de victoriosos héroes individuales, cuando en realidad lo más frecuente es que las acciones sean resultado de esfuerzos comunes de muchos individuos.

Hay una tercera contradicción entre el marco temporal de la acción parlamentaria, en el que el proceso de toma de decisiones con frecuencia evoluciona lentamente en el tiempo a partir de intercambios y compromisos cuidadosamente negociados, y la preferencia de la narración de los medios modernos por acciones y soluciones rápidas. Los procesos deliberativos son minuciosos y, con frecuencia, duran mucho tiempo. Representados en la narración de los medios modernos, pueden parecer ineficientes, insensibles y como estrategias destinadas simplemente a evitar tomar las acciones necesarias.

Estas contradicciones sugieren que los procesos esenciales de gobierno democrático no se adaptan bien a las expectativas y recompensas de la democracia central en los medios. Las tensiones entre las formas parlamentarias y la política centrada en los medios pueden conducir a unas

consecuencias indeseables. El público puede decepcionarse con lo que percibe como una forma fastidiosa de gobernar que prefiere aplazar y discutir las cosas en vez de actuar, y en la que los individuos pueden parecer estar escondiéndose detrás de las estructuras institucionales para evitar afrontar las responsabilidades por sus actuaciones. Cuando los dirigentes intentan evitar la decepción del público, el modelo moderno puede llevarles a desarrollar lo que en realidad son procesos paralelos de gobernar, uno llevado a cabo fuera de la vista del público y consistente en los procesos normales de negociación, colaboración y deliberación, y otro, expuesto para el público y centrado en los esfuerzos de individuos por superar los conflictos y producir acciones rápidas. Cuando las líneas que separan los procesos privados de los públicos se vuelven borrosas, lo que es inevitable cuando los dirigentes individuales levantan el telón para mostrar las actividades de entre los bastidores para ganar una atención favorable por parte de los medios para ellos mismos y para sus programas, el gobierno puede inmovilizarse y no ser capaz de actuar de ninguna manera.

En cualquier clase de futuro que podamos imaginar, parece que los procesos parlamentarios se tendrán que enfrentar a retos difíciles en su travesía por las demandas de la democracia centrada en los medios. Creo, que este es el amplio contexto en que mejor podemos entender las fuerzas que están formando las relaciones entre los parlamentos y la opinión pública. Reconociendo las fuerzas presentes en este amplio contexto puede ayudamos a pensar con más claridad y con mejores resultados sobre las formas de nutrir y fortalecer las instituciones políticas en el incierto y volátil mundo de la democracia moderna. Y este es uno de los retos a los que los investigadores en comunicación política se enfrentan en la actualidad.