

Autor: Omar Rincon*
Título: EL JUEGO POLÍTICO DE LOS MEDIOS
Ciudad: Bogotá, 2008
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro, es un artículo escrito para El Tiempo, Septiembre 29 de 2008.

EL JUEGO POLÍTICO DE LOS MEDIOS

El Tiempo, Septiembre 29 de 2008.

Más que gobernar o hacer política desde la izquierda o la derecha o desde las ideas, se hace comunicación, televisión y melodrama. Y la gran historia política es de amor o esa telenovela de la refundación de la nación. ¿Cómo es la trama?

La hipótesis dice que "hombre puro (supongamos que habamos de Uribe, Correa, Chávez o Evo) salva a mujer equivocada (el pueblo, que se lo ha dado a tantos que la han engañado y ultrajado)".

El eje uno es un amor directo, sin intermediarios, cara a cara y con alta pasión... por el poder. Así, el héroe atiende de manera directa, afectiva y machista al pueblo/televidente que, gracias a su baja autoestima, requiere de una atención amorosa. Un amor en el que el pueblo le dice al héroe/presidente: "haga lo que quiera con tal de hacerme feliz".

El eje dos propone el pacto melodramático. La figura política y la figura mediática se unen para construir un sujeto del deseo, un superhéroe que va a salvar a nuestros "equivocados países".

Presidentes que elevan en virtud moral a los pobres, lo local, lo patriótico y la ignorancia. Por eso, su lenguaje es elemental y corto de ideas; sus referentes no están hechos de ideas o pensadores sino de refranes y tradición popular. Presidentes que hacen de la política una conquista del amor popular.

El tercer eje de relato es la promesa: el pacto feliz, el amor eterno, la reelección infinita. El presidente huye de los programas de debate, no le interesa la opinión, se caracteriza por ser un buen 'entretenedor': el que baila, el que monta a caballo, el que habla con humor, el que regaña, el que canta, al que aplauden y aman. Ser presidente significa abandonar la política de los argumentos para ganar la emocionalidad del entretenimiento y prometer felicidad.

El universo de esta historia de amor político es, obviamente, los medios de comunicación, sobre todo la tele, en la que todo es sentimiento y espectáculo... y algo de radio para enamorar desde la historia oral. El terror: la palabra escrita, pues queda

* Coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert.

para siempre y evidencia el simulacro. Medios y periodistas, para ganar audiencia, deciden no preguntar de más, pues a un político de entretenimiento se le aplaude, no se le interroga.

Entonces, tenemos presidentes que gobiernan como presentadores de televisión que, en vivo y en directo, producen una democracia emocional para televidentes, no para ciudadanos.

Así surge la telenovela de la mediopolítica, que es de medias verdades, con mentes medias y para clases que se creen medias. El juego político de los medios es producir presidentes con alta verosimilitud y poca veracidad o mucha mentira; políticos con estilo y sin ideología; medios sin agenda que aplauden al amo.

El resultado es la producción de una realidad democrática melodramática, sin disenso político, pero sí con orgullo patriótico.