Las elecciones se ganan en televisión

1. El poder de los medios y los medios del poder

2. ¿Democracia mediática o mediatizada?

3. La ciberdemocracia: Gobierno electrónico / ciberpolítica de los partidos y de los ciudadanos (las cibermultitudes)

Introducción

Contexto

Contexto

3 actores

-Sistema político

-Sistema de medios

-Ciudadanía-electores

Contexto

Democracia pluralista polarizada

(Alta dependencia de la televisión)

-Intercambio de comunicación a través de los medios de comunicación de masas

-Eje central del proceso democrático

-Privilegio de interacción entre los dos actores principales

-Antes de una mediatización de la política se produce una mediatización de la sociedad

Contexto histórico

Hitos en la política

-Revolución francesa

-Muro de Berlín

-Desarrollo televisivo

Claves

Claves

Los medios (en especial la T.V.) han sido mucho más importantes para la época posindustrial que la prensa para la sociedad industrial

(medios reducidos a elites)

Claves

Penetración por el entretenimiento + diversión + información

TV

-Fuente de poder, influencia

-Escenario de hechos de la vida pública

-Definición e imágenes de la realidad social (sistema de significado)

-Método de de fama y celebridad

Negociación de la noticiabilidad (Cook)

Sistemas (político y mediático) interactúan en una serie constantes de negociaciones con el fin de controlar la agenda

¿Cómo?

1. El poder de los medios y los medios del poder

El poder de los medios

- Lo que no sale en los medios (TV) no existe

-Problema: Fetichismo simbólico:

.....el espejo suplanta la realidad, los representantes a los representados, los medios a los partidos y los periodistas a los candidatos

¿ MMCC como

CONTRAPODER?

-Los medios son el “cuarto poder que no quiere poder” (Juan Luis Cebrián)

- Contrapoder frente a los poderes ejecutivo, legislativo y judicial.

-

- Gobiernos, leyes y su aplicación siempre bajo el foco público, del público.

El público no quiere gobernar sólo avalar la confianza en quien gobierna:

-A través de la transparencia

-A través del control independiente y objetivo del periodismo

Los medios del poder

Frenos del control del poder político:

-Licencias de emisión: su número, sus adjudicaciones

-Leyes de comunicación: límites a la propiedad y control del mercado.

-Leyes de libertad de prensa: secretos de estado, defensa de honor.

-Estatutos profesionales de los periodistas: derechos, obligaciones, tribunales deontológicos

-Publicidad institucional

¿LOS MEDIOS TIENEN MÁS O MENOS PODER QUE LOS POLÍTICOS?

¿Arropan al poder?

¿Lo protegen en vez de exponerlo en público?

¿Cubren sus miserias?

¿Quién depende de quién?

¿Quién manda a quién?

2. ¿Democracia mediática o mediatizada?

Democracia mediática

(MMCC mayor poder que los partidos)

Los medios cumplen tres funciones de los partidos políticos clásicos:

1) Socializan políticamente al público (en facciones, partidos, tendencias, identidades e ideologías colectivas)

2) Establecen las agendas temáticas del debate social

3) Seleccionan a los líderes

Democracia mediatizada

(Partidos tienen más poder que los medios)

-Partidos y medios se imponen a estos y a sus empresas.

-Juegan con licencias de emisión (Guerras del fúltbol); publicidad institucional (¿Dónde se anuncian los gobiernos?); destitución de presentadores.

¿Democracia mediática o mediatizada en España?

3. La ciberdemocracia: Gobierno electrónico / ciberpolítica de los partidos y de los ciudadanos (cibermultitudes)

Ciberdemocracia

Modelo que, respetando la autonomía relativa de quienes ejercen cargos remunerados de representación política, periodística y gestión administrativa, confiere a los votantes, públicos y gobernados canales de participación y deliberación

Tres manifestaciones de la ciberdemocracia

1)Gobierno electrónico: Las administraciones públicas se abren a los gobernados. Webs como plataformas de información, consulta y participación ciudadana.

(Depende del perfil de la administración)

2) Ciberpolítica (tecnopolítica) de los actores políticos formales e institucionales. Cibercampañas y partidos.

- Funciones tradicionales: diseminar agenda.
- Marketing viral. De los públicos más concretos a los más masivos
- Convocar, coordinar, movilizar a militantes
- Colecta

Cibercampaña

- Ensayar mensajes que luego colarían en medios convencionales.

- Globo sonda, pretest de un mensaje determinado y de su encuadramiento.

- Guía para los periodistas, medios convencionales y representantes políticos

3) Ciudadanía: Participación de la ciudadanía

- Firmar, reenviar un manifiesto

- Cibermultitudes: Relevancia de los medios interpersonales (frente al colapso de los medios convencionales y representantes políticos).

- Relevancia del conocimiento o la comunicación socio-política por estar vinculado a una actividad o acción importante.

- Autocomunicación de masas (Castells, 2000)

- Flash-mobs --- Smart-mobs.

3 Posiciones ante la ciberdemocracia:

- Ciberoptimistas: La democracia sufrirá una verdadera revolución, eliminando la apatía y el desencanto político de grandes sectores sociales.

- Mayor rendimiento de los servicios públicos y mayor acceso de la ciudadanía a los mismos.

Ciberpesimistas

- No aumentará la participación, sino que se reducirá el interés por los temas públicos.

- Esta “revolución” sólo afectará a las formas

- Slacktivism, “ruido discursivo”

Ciberrealistas

- Esta “revolución” sólo afecta a aquellos ciudadanos/as que tengan un interés previo en las cuestiones políticas.

- Para participar en la esfera pública digital, hay que tener una motivación anterior.