Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Materiales de Divulgación Productos Mediáticos

Notas sobre la política mediática

Pinto Márquez, Gabriela

2015-10-28

http://hdl.handle.net/20.500.11777/1795

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Notas sobre la política mediática

28/10/2015 04:00
Publicado por **Gabriela Pinto Márquez**

El poder que tienen los medios de comunicación es innegable. Aunque a estas alturas sabemos que no tienen el impacto apabullante que los teóricos de la comunicación calculaban en un principio, hoy sabemos que con ayuda de los medios es posible diseminar ideas y estereotipos, construir realidades y hasta ayudar a colocar candidatos en puestos de elección popular. En México lo hemos constatado de cerca a través de casos particulares: actores y actrices como diputados y senadores, ex futbolistas como presidentes municipales y otros acontecientos en los que los medios han incidido en la política (o la política en los medios), de una forma determinante en el entorno de una región y del país.

Recientemente nos enteramos de los resultados de las elecciones en Guatemala y Colombia y vi dos casos que me gustaría contrastar: el primero es del del cómico Jimmy Morales, que ganó las elecciones presidenciales en el país vecino de la frontera sur. El texto que aborda esta información, escrito por Juan Martínez Ahrens en *El País*, el 26 de octubre de 2015, califica el hecho como una victoria de la antipolítica, como "un fracaso de la vieja política", en la que el hoy presidente construyó una campaña enfocada en el voto de castigo y en la que obtuvo ventaja de su inexperiencia política, para obtener más de 65 por ciento de los votos que le dieron la victoria en esta reciente contienda electoral. Aunque estoy segura de que la situación política de Guatemala es compleja, mi percepción es que el trabajo cómico previo de este candidato pudo haber operado en su favor. El segundo caso es el del triunfo de Enrique Peñalosa como alcalde de Bogotá, quien desempeñó el mismo cargo hace poco más de 15 años y a quien se le conoce junto con Antanas Mockus como una figura fundamental que propició un cambio positivo en la ciudad que fue realizado en dos etapas: una que consistió en un cambio de mentalidades y que incidió positivamente en los hábitos ciudadanos; y otra que se enfocó en la consolidación de soluciones para ciertos temas de la ciudad como el de la movilidad, y que está documentada en un audiovisual que se titula Bogotá cambió, (Dalsgaard, 2010) que no tiene desperdicio.

Si analizamos y contrastamos ambos casos, encontraremos el uso de estrategias relacionadas con la comunicación y la cultura de las que también los ciudadanos tendríamos que estar concientes para decidir lo mejor para nuestras vidas en sociedades democráticas.