

POLÍTICA MEDIATIZADA Y MEDIOS POLITIZADOS

por Javier Callejo

La cantinela de “política mediatizada” atraviesa, a modo de queja, el discurso de legos y expertos, de la calle y de la academia. Incluso está en los argumentos de quienes hacen de ello una especie de profesión, como los tertulianos de radio o televisión. Una queja que viene a decir que uno de los problemas de la política en la actualidad es que sólo se hace de cara a los medios de comunicación, o que éstos son una especie de arma básica y exclusiva en las estrategias políticas. Así, parece que se deja de lado una política en clave de las dimensiones que el gran Tocqueville dibujaba en la democracia americana: más comunitaria, que trabaja codo a codo con el ciudadano.

Frente a esa política de primer grado, de primera categoría o auténtica, estaríamos en una de segundo grado, degradada; una en la que los políticos solo se interesarían por utilizar los medios de comunicación y por lo que dicen estos; por lo que unos llaman opinión publicada, dejando a un lado la opinión pública. Como si ambos conceptos fuese fácil separarlos. Como si existiese opinión pública sin ser publicada.

Esta idea de política mediatizada tiene su refuerzo -y su reverso- en la concepción generalizada de medios de comunicación politizados. Es decir, en la idea de que cada medio sigue una línea específica determinada en buena parte por un partido político. Como si los medios fuesen una prolongación de los partidos.

Pues bien, mi hipótesis es la opuesta: entiendo por política mediatizada el hecho de que, en nuestras sociedades también mediatizadas, son los medios de comunicación los que utilizan a la política y los políticos. Estos últimos se han convertido en personajes de los medios, y el género de la política en un género más que, en algunos momentos, puede atraer bastante audiencia y, por lo tanto, ingresos publicitarios, al medio.

Por ejemplo, el señor Revilla se ha convertido en un personaje de las cadenas de televisión. Un político que tiene soluciones para todo... menos para el sitio en el que se supone que está gobernando, como es Cantabria. Pero esto le da igual a los canales de televisión o a las emisoras de radio... Yendo más allá, Rajoy, Iglesias o Rivera son personajes de los medios. Son estos los que se los rifan para tenerlos y ofrecerlos a la audiencia.

Así, entiendo la política mediatizada como una política subordinada a la lógica de los medios de comunicación, que tiene buena parte de lógica del espectáculo... que busca entretener. La mayor parte de los políticos se ponen en manos de los medios, prácticamente sin rechistar. Y esto la gente lo ve y, sobre todo, lo siente y lo incorpora.

¿Y si el fenómeno Trump se explicara por el deseo de una política no subordinada a los medios de comunicación...? El nuevo presidente norteamericano ha abierto muchos frentes; pero uno de los primeros ha sido con los medios en sí. Ha entablado una especie

de guerra, sobre todo contra los más institucionalizados en su país. Y lo ha hecho denunciando sus formas de funcionar.

Paradójicamente, lo hace habiendo sido, en buena parte, producto de esos medios de comunicación. Tal vez por ello, se presenta hablando desde la propia experiencia, ofreciendo una política sin subordinación a los medios. Con todo lo que eso conlleva, como es el dejar a un lado el denominado “lenguaje políticamente correcto”.

Es más, se hace ostentación de dejar ese tipo de lenguaje a un lado para marcar la distancia de la subordinación a los medios de comunicación. ¡Como si fuese posible otro tipo de política! Ya veremos.