

Entrevista ►
JOSÉ LUIS DADER

El experto español en comunicación política explica las posibilidades democratizadoras y las tentadoras desviaciones que las nuevas tecnologías aportan al juego del poder

“Hay una obsesión por las encuestas”

DAVID HIDALGO VEGA

Toda mirada entrenada revela grietas flagrantes. El periodista español José Luis Dader ha enfocado la suya en el juego de pugnas y negociaciones que rigen las sociedades contemporáneas. “Me interesan todas las formas en que políticos, periodistas y ciudadanos se relacionan en la construcción de imágenes políticas, en la explicación de la vida social”, dice el hombre. A partir de allí, lee virtudes y vicios: desde las armas que los políticos emplean para ganar aceptación popular hasta las debilidades de comunicadores y transeúntes para analizar los hechos de cada día con sentido crítico.

Hay un desarrollo reciente de la comunicación política.

En realidad es un campo antiguo, los historiadores romanos ya utilizaban ciertos mecanismos para atraer el respaldo popular. Pero desde la llegada de la televisión, la comunicación política es cada vez más importante. Los propios partidos y candidatos han ido incorporando a sus equipos un gran número de asesores de imagen, estrategias de comunicación y gabinetes de prensa. Eso da una idea de la fuerza con la que los poderes públicos intentan definir una imagen conveniente para sus intereses. Eso produce toda una competencia, una lucha con los periodistas que supuestamente están al otro lado de la trinchera, que están intentando descubrir cuáles son los trucos, las trampas o las distorsiones de la imagen que fabrican esos políticos.



ENRIQUE CÚNEO

VISITA. Dader investiga el papel de las nuevas tecnologías en campañas electorales. Vino para un seminario sobre cultura, desarrollo y democracia.

LA FICHA

Nombre: José Luis Dader.
Profesión: Especialista en comunicación política.
Nacionalidad: Español.
Trayectoria: Doctor en Ciencias de la Información y catedrático de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

Están usando las armas de quienes deberían cuestionarlos.

Así es. Un ejemplo está en el tema de las encuestas, que se convierten con frecuencia en instrumentos para crear una imagen favorable a ciertos intereses. De ahí que los partidos políticos encarguen muchas. Lo importante es que el periodista sea capaz de leerlas correctamente para no ser engañado.

En los últimos años hubo una polémica muy fuerte en el Perú sobre la confiabilidad de las encuestas. ¿Pasa lo mismo en otros países?

Sí, la desconfianza en torno a las encuestas es general y tiene su fundamento. Para empezar, porque muchas veces se equivocan. Pero también hay ocasiones en que las encuestas, en lugar de ser un trabajo científico, son mediocres y presentan distribuciones de intención de voto que no corresponden a la realidad. Allí la labor del periodista vuelve a ser fundamental. La desconfianza de la gente en las encuestas podría ser corregida si los periodistas hicieran una buena tarea.

Durante el gobierno anterior se aplicó un régimen de encuestas semanales sobre la popularidad del presidente. ¿Es contraproducente?

Esto es general, en todo el mundo hay cada vez mayor obsesión por parte de los gobiernos y los medios de comunicación por controlar con cierta frecuencia la subida o bajada de la popularidad de los gobernantes. Esto es provocado a veces por los propios políticos, porque les parece que les conviene. Pero (también) los propios medios estimulan estos climas. Son como modas. Después de una época muy intensa de encuestas, la sociedad acaba saturada y prefiere olvidarse por un tiempo, hasta que se acerca un nuevo período electoral. Con lo cual, ese movimiento de péndulo parece natural.

Son también la gran falacia de la democracia: se usan para medir la voluntad popular, pero no es lo

que se obtiene.

Así es. Utilizar las encuestas para la vida democrática tiene una parte positiva: es bueno saber cómo reciben los ciudadanos las actuaciones del gobierno. El problema está cuando son utilizadas para preguntar solo aquello que le conviene a quien la encarga. Allí deja de ser un procedimiento democrático, se convierte en un instrumento de manipulación política. A veces se producen guerras de encuestas, lo cual confunde al público. Por eso es necesario que haya periodistas especializados en interpretarlas.

¿De qué otro modo las nuevas tecnologías modifican la comunicación política?

Quizá la parte más obvia es la posibilidad de que los partidos políticos tengan sus páginas web, eliminando al intermediario periodístico. Antes los partidos dependían de que los periodistas filmaran, entrevistaran, para llegar a la gente. Ahora pueden transmitir lo que quieren sin intermediación. De hecho, en Internet hay mucha información relacionada con la política que puede generar su propia dinámica. Por ejemplo, con todo el fenómeno de YouTube y la posibilidad de que cualquier persona pueda generar sus videos, incluso satíricos. Internet adquiere una importancia mayor en el proceso y cobertura de las elecciones. Aunque todavía no es un instrumento fundamental.

En un escrito usted relaciona estas posibilidades con el concepto de ciberdemocracia. ¿Hacia dónde vamos?

Hay un campo que va más allá

de la construcción de la imagen de los políticos. Es la posibilidad de que los ciudadanos creen sus propios medios de participación política. Por ejemplo, hoy en día la mayor parte de los parlamentarios tiene una página donde se incluye la biografía, nombres y contacto de sus parlamentarios. En España se pone cada vez más atención a comparar la calidad de las páginas web de todos los ayuntamientos de las principales ciudades, de sus servicios, si dan respuesta a las consultas. Es lo que llamamos el proceso de la nueva ciberdemocracia, la idea de que a través de Internet se puede mejorar la calidad participativa de la democracia tradicional. Es un horizonte utópico que no está desarrollado en ningún lugar. Entre las limitaciones está

“ En el mundo hay cada vez mayor obsesión por controlar con cierta frecuencia la popularidad de los gobernantes ”

la transparencia informativa por razones de seguridad nacional o la coartada de la intimidad de las personas. Pero sería interesante conocer cuántos asesores externos tiene cada ministro y qué salario tienen, si son más o menos que en el gobierno anterior. Es información pública. Y cuanto más transparencia se dé a través de Internet será mejor para evitar la corrupción. ■

SOLO CON TU TARJETA RIPLEY

ahora o nunca

RIPLEY

Llévate lo último en tecnología

42" IMAGEN HD

TV LCD 42" AOC

L42W665/765 AOC / 1801653 / 1801620

RESOLUCION 1,366x768	CONTRASTE 5,000:1	BRILLO 500 CD/M ²
2 ENTRADAS HDMI	ENTRADA VGA(PC)	SINTONIZADO DIGITAL ATSC

PRECIO ANTES s/.4,999

AHORA **s/.2,999!**

EL MEJOR PRECIO DEL PERÚ

GRATIS s/.200 en vales Ripley POR LA COMPRA DE CUALQUIER LCD O PLASMA SOBRE 32" A 24 CUOTAS O MAS CON TU TARJETA RIPLEY

Stock: 100 unidades

RIPLEY