

Revista | **Formación
Política**



Universidad del
Rosario



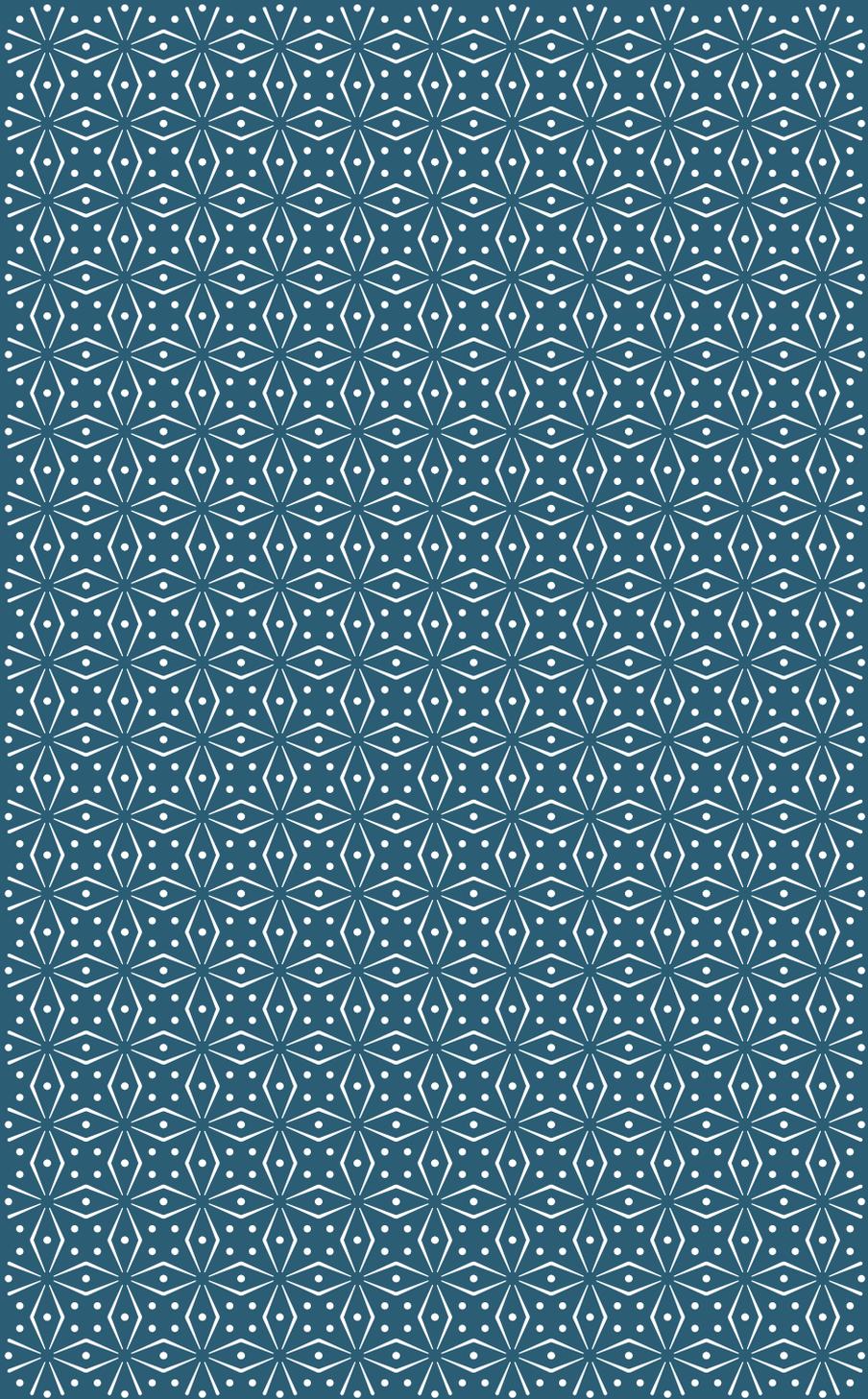
Universidad de
los Andes



Universidad
de Ibagué



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA



- © Universidad Nacional de Colombia
- © Universidad de los Andes
- © Universidad de Ibagué
- © Universidad del Rosario

ISSN 2805-9999

Edición

Editorial Universidad Nacional de Colombia

direditorial@unal.edu.co

<https://portaldelibros.unal.edu.co/>

Comité editorial:

Francisco Montaña
Alexis de Greiff
Alexander Cruz
Camila de Gamboa
Constanza Castro
Diana Oliva Muñoz
Juan Camilo González
Juan Felipe Córdoba
Lisímaco Parra
María Juliana Molina
Natalia Rebetz

Consejo asesor:

Dra. Vera Grabe
Gral. Óscar Naranjo
Dra. Liliana Caballero
Dr. Francisco Miranda
Dra. Juanita Ochoa
Dr. Jorge Hernán Cárdenas

Editora *Revista Formación Política*: Valentina Corradine Velásquez

Coordinación editorial: Robinson Andrés Rodríguez

Edición del número: Ingrid Sánchez-Bernal y Valentina Martín

Corrección de estilo: Hernando Sierra

Dirección de arte: Mauricio Arango

Diseño de carátula: Silvia Camargo

Diagramación: Andrea Kratzer

Imágenes tomadas de Freepik



Creative Commons Atribución-Non Comercial-
Sin obras derivadas 4.0 Internacional (CC
BY-NC-ND 4.0) | <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Impreso en Bogotá, D. C., Colombia

editorial
UNAL

CEP
CENTRO PARA LA
EDUCACIÓN POLÍTICA

La comunicación le hace daño a la democracia

Omar Rincón

Académico, artista, ensayista y periodista colombiano en temas de medios y entornos digitales, cultura, entretenimiento y comunicación política. Profesor titular de la Universidad de los Andes (Colombia). Director del Proyecto de Medios para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert

orincon@uniandes.edu.co - @fescomunica

Resumen

El problema no es la democracia, es el capitalismo; lo perverso no son los medios y los periodistas, es su modo patético de ser súbditos de los tuit-tiranos; lo bello es que la lucha y el combate es por los derechos: los conservas, el establecimiento blanco-masculino-occidental siente que le están “pegiando” sus privilegios y han salido, literalmente, a matar. Este ensayo propone que el debate político es entre democracia y capitalismo; que los medios ya no importan (tanto), sino las plataformas y sus videojuegos financieros de derecha; que los periodistas deben hacer una autocrítica y huir de esa enfermiza relación con quien los maltrata; que los derechos son el eje del debate de la democracia en el siglo XXI y vamos ganando.

Palabras clave: medios; periodismo; Petro; Twitter; Trump-derechos.

Se acabaron las ideologías, se diluyen los partidos, se desinflan las democracias, estamos indignados con los políticos, queremos capitalismo para todos y felicidades instantáneas... y todo se vende/justifica con la comunicación mediática y digital. Ya no importa la democracia, sólo el capitalismo (y la comunicación).

Democracia vs. capitalismo

La democracia ha llegado a su lugar mínimo de concurso estadístico: y el ganador es... La democracia ha perdido su sentido de *ethos* de convivencia de las diversidades, bienestar colectivo, respeto de los

derechos, privilegio de lo público y esas vainas que nos interesan a los modernos (bien)pensantes.

El capitalismo “usa” y “abusa” de la democracia estadística democrática para ganar el relato e imponer su modo único de la sociedad que define al Yo con base en el capital que se tenga y se exhiba en el consumo, se legitime en exhibir los consumos y vender al “yopitalismo” como el cielo prometido. Digamos que hablamos de los tecnólogos como Musk, Bezos, Zuckerberg; los reyes de la farándula como los reggaetoneros, futbolísticos e *influencers*; los *celebrities* políticos como Milei, Bukele, Trump, Petro; o los líderes religiosos y su *teología de la prosperidad*: Dios quiere que seas un “Yo exitoso” en el capitalismo para entrar a los cielos (Viotti, 2018). De hecho, la “teología de la prosperidad” ve la Biblia como un contrato entre Dios y los humanos: si los humanos tienen fe en Dios, él les dará seguridad y prosperidad. La doctrina enfatiza la importancia del individuo por sobre lo colectivo.

Los enemigos del capitalismo son, entonces, esos inventos “progres” logrados en democracia llamados derechos, diversidades o medio ambiente, y esos “otros” que se concretan en los migrantes, los indígenas, los afros, las mujeres. Hay un nuevo comunismo que lo encarnan privilegiadamente las mujeres, los

derechos sexuales, lo público, los migrantes. Es comunismo porque quiere destruir al capitalismo, a la patria, a Dios, a la familia, a lo establecido.

Una historia fácil: ganamos democráticamente el poder gubernamental, judicial, legislativo; ganamos el capitalismo por nuestro “Yo talento” para hacer dinero. Luego, todo lo que se le oponga al capitalismo es el comunismo. Y esta batalla se juega en la cancha de la comunicación mediática y digital.

La concentración de la enunciación

La comunicación mediática y digital es la lucha simbólica y política por el sentido común, el mercado de la opinión pública y el relato de la hegemonía política.

El eje legitimador de esa lucha es un valor democrático que se llama “libertad de expresión”, ya que a mayor diversidad y pluralidad de voces, mejor democracia. En nombre de la libertad de expresión, toda opinión es válida y legítima.

Antes este era el poder de los medios, sus ficciones y sus periodistas de la verdad, ahora es el poder del algoritmo, del dato y las redes digitales. En ambos casos “el problema democrático” es la concentración de la enun-

ciación, que tiene que ver con la concentración de propiedad. Por ejemplo, en la Colombia mediática esto es evidente cuando los más ricos del país demuestran su poder al tener un grupo de medios: el grupo *El Tiempo* de Sarmiento Angulo; *El Espectador*, *Caracol TV* y *Blu Radio* de Santodomingo; *RCN*, *La República* de Ardila Lulle; *Semana* de Gilinsky; y *Caracol Radio* y *Canal Uno* de Prisa (España). Su negocio es concentrar la enunciación e incidir en la toma de decisiones del poder político, por lo cual poco importa que los medios den pérdidas. Como dice **Analitik** (2024):

Los datos encontrados por Valora Analitik revelan desplomes de utilidades [...] de algunos de estos [medios]: RCN Radio pasó de perder \$2136 millones en 2022 a registrar una caída de \$15 491 millones en 2023. El Tiempo Casa Editorial ya no tuvo utilidades de \$4666 millones, sino pérdidas por \$15 914 millones. *Revista Semana* profundizó sus pérdidas, al pasar de -\$3615 millones a -\$8472 millones. RCN Televisión varió de -\$26 987 millones a -\$37 641 millones. *El Colombiano* pasó de perder \$6121 millones a \$9753 millones.

Estos grupos empresarios no pierden dinero, ya que “lo invierten” en que los legislado-

res, gobernantes y jueces tomen decisiones en beneficio de sus intereses empresariales y así convierten pérdidas en ganancias.

Ahora está “la democracia digital” de un teléfono celular y una conexión a Internet como apología a la libertad de expresión. Hay una nueva concentración de la enunciación y del negocio en el poder de las plataformas que controlan “la verdad” del mundo según sus intereses. Y ahí los que deciden son Musk/X, Zuckerberg/Facebook/Whatsapp/Instagram, Bezos/Amazon.

La democracia pierde en ambos escenarios, en el del nacional-mediático y del global-digital, ya que se restringe y dirige la enunciación pública y todo en nombre del “negocio, socio”.

Y todo gracias a que vivimos en X

El *yopitalismo* y estos *celebrities* gobernantes como Milei, Bukele, Trump o Petro son exitosos no por gobernar, sino por comunicar en redes digitales para “dominar/entretener” a los medios/periodistas. Un tuit se erige como el modo más efectivo para “gobernar” al promover debates públicos. En este contexto, el pacto democrático ahora es más un pacto comunicativo y ha dejado de gobernar con verdad y construcción de soluciones y obras, como lo expresó el presidente

Gustavo Petro a *El País* de España (Bock, 2023):

El periodista y el político están en un mismo escenario. Esa capacidad de comunicar de una manera mayor dentro de la sociedad genera una tensión permanente, una tensión que siempre existirá mientras exista el oficio del periodista y del político profesional. [...] Esa frontera entre el periodismo como comunicador social y la política como comunicadora social, nos va a enfrentar, nos va a encontrar, siempre estaremos juntos, siempre estaremos enfrentados.

Petro lo pone claro: el político y el gobernante “compiten” con el periodista y los medios. A esto lo llama “batalla cultural” por el relato, y todo en nombre de la democracia y la libertad de expresión (Rincón, 2023). En este escenario, ya no podemos creer que los gobernantes nos dicen la verdad, sino asumir que el periodismo y los medios son “la cancha” del combate por la verdad.

Paul Waldman (2022) lo dice así:

Trump usó la red social como una palanca para obtener atención. Comprendió que lo importante

no era cuántas personas estaban en Twitter, sino *quiénes* estaban allí: los periodistas [ya que] Twitter es el lugar donde los periodistas monitorean las noticias del día, promocionan sus historias y conversan entre ellos. Cada vez que Trump tuiteaba algo escandaloso, sabía que los periodistas lo verían y escribirían al respecto, lo que le permitió moldear la agenda noticiosa y lograr que todos hablaran de él. La estrategia fue notablemente efectiva [...], 65 % de los tuits de Trump durante su presidencia terminaron en noticias, en comparación con solo 3 % de los de Barack Obama en su segundo mandato.

Entonces, estos gobernantes “seducen” con tuits a los periodistas, y así ponen “en público” sus frases escandalosas que en su mayoría son *fakes*. Gracias a esta acción tuit-periodista-medios se crean debates portátiles e inútiles como si esa fuera la realidad democrática.

Triunfa la comunicación y pierde la democracia

La realidad democrática y política, entonces, es lo que digan los políticos y gobernantes en X,

que reproducen los periodistas-medios y celebran escandalosamente los fanáticos de estos políticos. Solo que ahí, en X y en los medios, vive menos del 10% de ciudadanos, ese universo es de periodistas y políticos que viven eufóricos en sus debates/peleas/polarizaciones. La mayoría que vota está en Facebook y Whatsapp. A eso no le ponemos cuidado, pese a que es allí donde las *fakes news* viven. La otra gran mayoría habita en Instagram, Youtube y Tiktok, que es donde viven felices los jóvenes que se activan por causas y poco votan. Entonces, tal vez si queremos pensar la relación comunicación y democracia deberemos comprender mejor lo que sucede más allá de X y los medios.

Entonces, los derechos al Centro

Debemos comprender que el asunto democrático está en que "el problema" que debe resolver la democracia y la política es el de la felicidad y las alegrías de la gente. Ahí entramos en el dilema de si la democracia y la política deben poner el eje en las éticas cosmopolitas del feminismo, el medio ambiente, la diversidad sexual y los derechos humanos, o en las necesidades de la gente de llegar a fin de mes; algo de orden, seguridad y algún dine-

ro para ganar, consumir algo y sentirse parte de este sueño yopitalista.

En las éticas globales, la comunicación es una estrategia de lucha, pero antes están las ideas, los programas y el pensar en colectivo. En cambio, para responder a las necesidades mínimas del sentido común basta con la comunicación efectista de los *políticos celebrities* que emocionan y ya. Todo eso del feminismo, del medioambiente, los derechos humanos, la diversidad sexual o los migrantes son "los demonios" que impiden que la gente sea exitosa.

Asumir la esperanza con la conciencia de que la democracia está mucho mejor; que los "progres" estamos ganando ya que hemos instalado en el centro del debate democrático a los derechos y el feminismo; que estas éticas políticas ya no son asuntos marginales sino la pepa de la democracia. Pero debemos mejorar su comunicación, como hemos dicho en otra parte: pasar del punitivismo al cuidado, dejar la solemnidad educativa y onegera para ganar la fiesta de lo *cool* y popular para producir experiencias y estilos de vida democráticos gozosos, *pop* y populares desde y con los derechos (Buzzone *et al.*, 2024).

Revista | Formación
Política