

Cultura mediática y política. Una exploración desde el espacio local*

En este libro Efraín Quiñónez León parte de la constatación de un hecho aparentemente ordinario, la influencia cada vez mayor de los medios de comunicación en nuestra vida política, para después indagar sus consecuencias extraordinarias. Este punto de partida es semejante al de Luhmann, que inicia *La teoría de los sistemas sociales* mediante un supuesto básico acerca de que los sistemas existen, para luego describirlos en sus operaciones básicas.

Las observaciones que el autor hace a este proceso me han recordado cómo nuestra generación académica se formó bajo la idea de la televisión como *caja idiota*, el medio sin respuesta o bien la de los medios como aparatos ideológicos de Estado. Los discursos simpáticos y predominantes que compartimos en los años ochentas, pueden evocarse con el título de un libro recurrente y prejuicioso de aquellos años, *Para leer al pato Donald*, aunque sólo sea para morirnos de risa.

A contrapelo de esa observación simple, Quiñónez León nos propone una observación que él mismo sintetiza en el enunciado “de los medios a las mediaciones”. La descripción de la influencia

de los medios en la política local es un asunto cultural que se acomete desde el título, pero sobre todo, con una estrategia que consiste en una selección de conceptos y acontecimientos históricos para la realización de una investigación empírica, orientada teóricamente.

El objetivo de ésta es “[...] explorar qué consecuencias tiene el consumo mediático en una perspectiva que asume la existencia de transformaciones y continuidades en el ámbito de la política [...] nuestro interés se alimenta de una cierta insatisfacción sobre las interpretaciones que nos hablan de la llegada de la era de la video-política, *no porque sean enteramente incorrectas* sino porque revelan la falta de consideración de los anclajes socioculturales que están presentes en la práctica política”.

Este objetivo será logrado en el libro mediante una reflexión situada de algunos trabajos representativos de los estudios culturales y la sociología crítica de la comunicación; asimismo, mediante un abordaje de las relaciones complicadas entre el gobierno federal y los diferentes medios escritos y audiovisuales que aparecieron y funcionan en el campo periodístico de nuestro país.

* Efraín Quiñónez León, *Cultura mediática y política. Una exploración desde el espacio local*, col. Biblioteca, Universidad Veracruzana, México, 2008, 420 pp.

Para esta empresa las ideas de Canclini, Barbero, Augé, Bourdieu, Thompson, Habermas y Orozco, así como la relación *específica* del autor con una organización civil veracruzana, son fundamentales para el desarrollo de la hipótesis de que “el consumo cultural centrado en los medios está sujeto a cierto número de mediaciones que contribuyen a admitir o rechazar los contenidos simbólicos implícitos en los mensajes producidos y transmitidos por ellos”.

Quiñónez hace a un lado las ideas sobre la televisión y el campo periodístico de Pierre Bourdieu para dejarse llevar de la mano de Thompson. Dice: “La idea de campo es un concepto que Thompson retoma del sociólogo francés Pierre Bourdieu [...] sin embargo, *nosotros seguiremos sobre todo* a Thompson”. Es la mejor forma, según el autor, de observar el carácter *mundano* del hecho construido como objeto en este libro.

Desde este ángulo teórico, Quiñónez, dotado de una observación teórica que sabe del carácter clientelar y caciquil de las mediaciones en las sociedades latinoamericanas, se propone un análisis histórico de la “evolución” de los medios en nuestro país, tan interesante en sus acontecimientos principales que dejó al lector que la explore por sí mismo, en sus detalles y matices. Sólo quiero enfatizar que el autor subraya la idea de un “panorama del papel de los medios

[...] en el desarrollo e integración de nuestro país”.

Quiñónez describe la difícil emergencia de la prensa crítica, la cual ha sido tratada, hasta la actualidad, mediante la idea que el mismo autor utiliza para caracterizar lo sucedido durante el gobierno federal de Miguel Alemán: “probar de dos sopas: el dinero o la represión”. Respecto de la televisión y la radio mexicana el razonamiento es semejante: “el Estado ha sido puntal para su lanzamiento [...] sobre la base de una nula aplicación de la normatividad en turno, así como de la corrupción resultante entre la confluencia de intereses públicos y privados”.

Ahora bien, situado en la actualidad, Quiñónez se interroga acerca de cuánto cambió esa relación y cómo se produjo la influencia cada vez mayor de los medios de comunicación en la vida política del país. Para responder a esta pregunta, el autor reconoce dos acontecimientos que sucedieron a escala nacional y local: el papel sobre-determinante de la competencia entre medios que subordinan la certeza de la información a la captura de los auditorios y el ascenso del mercado político electoral que contrata cada vez más espacios para su propaganda política.

Tomando como muestra el proceso electoral federal del 2000 en Veracruz y apoyado en los monitoreos del IFE, Quiñónez afirma que las televisoras “más que *difundir con objetividad* la

información [...] parecen agencias gubernamentales difusoras de boletines de prensa estatales”. Después de este rodeo, el autor acomete la evaluación empírica de “los niveles de influencia que los medios tienen en el público y su posible incidencia en cuanto a la toma de decisiones de carácter político en los sujetos”.

Quiñónez aplica una encuesta en Xalapa, la cual constata las tendencias nacionales de las preferencias de consumo de medios, los laberintos de sus usos, el predominio de la televisión en el gusto sobre la radio y la prensa escrita. Asimismo, entrevista a mujeres beneficiarias de los apoyos gestionados por una organización civil en la cual trabajó en algún momento, orientada por la demanda de vivienda y servicios públicos.

Los resultados muestran la constatación de mediaciones que forman parte de la construcción local del sentido de los mensajes político-electorales, y demuestran que el impacto de los medios varía según las circunstancias, pero sobre todo, que hay una resignificación local de los mensajes en la recepción.

El trabajo de campo concluye: “Con la moderna política mediática conviven, del mismo modo, viejas prácticas del pasado que inciden en el ánimo de los votantes [...] es probable que en este terreno se esté desarrollando un tipo de aprendizaje donde el sufragio se convierte en una suerte de instrumento para repartir premios o castigos”.

Ahora bien, para cerrar esta reseña, un breve ejercicio de imaginación sociológica mediante una serie de preguntas para el diálogo con Quiñónez: ¿habrían cambiado los resultados del libro si se hubiese dejado llevar por el trabajo *no-mundano* de Bourdieu sobre la televisión y el campo periodístico?, ¿los resultados se modificarían si la muestra de la encuesta y las entrevistas fuera más diversa y heterogénea?, ¿no es hora del regreso a la producción después de la exploración en la mediación, es decir, acaso no es necesario un equilibrio entre producción y recepción de los mensajes? Quizá allí se encuentre el punto de partida de futuras investigaciones en el campo.

Alfredo Zavaleta Betancourt
Instituto de Investigaciones
Histórico-Sociales,
Universidad Veracruzana