

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Los-medios-son-partidos-politicos-Sergio-Fabbrini>

Entrevista con el politólogo italiano Sergio Fabbrini,  
de la universidad de Trento.

# « Los medios son partidos políticos » Sergio Fabbrini

- Réflexions et travaux -

Date de mise en ligne : jeudi 3 décembre 2009

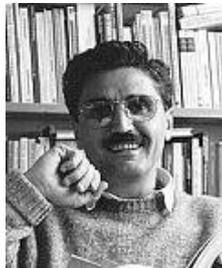
---

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

---

Usando como ejemplo la experiencia italiana, Fabbrini advierte sobre los peligros que provoca la monopolización de los medios de comunicación masivos y propone crear « una suerte de antitrust para el sector mediático ».

[Página 12](#) . Buenos Aires, 3 de diciembre de 2009.



### **Sergio Fabbrini**

Alertado por la experiencia italiana de *Il Cavaliere*, el politólogo Sergio Fabbrini recorre el mundo advirtiendo sobre los dos poderes en ascenso en las democracias modernas : los presidentes y los medios de comunicación. En su tierra natal, los dos convergen en una fuerza prácticamente imparable personificada en Silvio Berlusconi. Pero al pisar suelo argentino el profesor de la Universidad de Trento y de Berkeley, California, reconoce que la situación es un tanto diferente.

Durante su reciente paso por Buenos Aires para promocionar su nuevo libro *El ascenso del Príncipe Democrático* (Ed. Fondo de Cultura Económica), Fabbrini conversó con [Página/12](#). Sentado en el lobby de su hotel con Plaza Francia de fondo, el politólogo italiano de 60 años advirtió sobre los peligros que provocan la monopolización de los medios de comunicación masivos y propuso algunas respuestas.

Los medios, en su opinión, no deben convertirse en fuerzas políticas, ni a favor ni en contra de los presidentes. La oposición, sostuvo, debe surgir de un partido o un frente político unido. Hacia el final de la entrevista, convencido de su argumento, se animó a deslizar una sugerencia para la oposición argentina. « La mejor forma de limitar y fiscalizar el poder de Cristina Kirchner es fortaleciendo al Congreso nacional », señaló.

**En su libro sostiene que la Revolución Tecnológica no democratizó la información, sino que ayudó a concentrar aún más el poder en los grandes grupos económicos.**

Nuestro mundo está hoy organizado alrededor de la televisión y otros aparatos tecnológicos, como la computadora. Y esta tecnología favorece a la política conservadora, porque no es barata ni de acceso universal. Ser elegido se está convirtiendo cada vez en un proceso más caro y elitista. Es cierto que hay excepciones. Obama logró movilizar al electorado joven a través de Internet, pero eso sólo puede funcionar en una sociedad modernizada, en la que mayoría tiene acceso a Internet. Pero en general, la televisión es la que lleva la voz cantante. Y por eso es crucial que la televisión no sea controlada por una o varias personas, empresas. El caso italiano es el más obvio. No sólo hay que mantener a los medios independientes de los partidos políticos y de sus líderes, sino que además hay que asegurarse de que exista una pluralidad entre ellos. Las democracias tendrían que empezar a crear una suerte de antitrust para el sector mediático, porque la realidad es que un país no puede prosperar si los medios son monopolios.

**¿Cuál es el peligro inmediato ?**

Creo que la lógica de los medios obliga a personalizar la política. No se puede comunicar un partido político o una plataforma ideológica. Además, vivimos en una sociedad muy compleja, en la que la mayoría sólo tiene tiempo para

informarse a través de la televisión. Los estadounidenses necesitaban tener una imagen clara de quién era Obama y quién era John McCain, no de qué proponían o qué piensan sus partidos. La personalización de la política es un hecho. Pero la diversidad de medios de comunicación al menos obligaría a abrir un debate entre las interpretaciones de cada uno de los líderes.

**Pero con la personalización de la política pareciera que los medios se han politizado y polarizado aún más...**

Es más que eso. La lógica de los medios, especialmente de la televisión, es convertir a la política en un espectáculo, algo entretenido para el público. Pero en los últimos tiempos algunos se convirtieron en partidos políticos. El caso de Berlusconi es muy interesante. En medio del derrumbe de los partidos políticos, Berlusconi tomó sus medios de comunicación y los convirtió en su fuerza política, su canal de ascenso al poder. Hoy en Italia los candidatos vienen del cine, del periodismo televisivo, de las novelas... se confunde la popularidad con el apoyo político popular.

**¿Cómo se controla a los medios para que no sean monopolizados por una u otra fuerza ?**

Una forma es asegurarse que ninguna persona o empresa pueda tener más de un porcentaje determinado de los medios, por ejemplo el 15 o 20 por ciento. Yo sostengo que hay que convertirlo en una regla constitucional y crear un comité nacional que supervisaría el uso y la propiedad de los medios. Los medios tienen un rol constitucional, como el Poder Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Son la cuarta rama del gobierno y hay que asegurarse que no jueguen según sus propias reglas y pongan en peligro las otras tres ramas del gobierno.

**¿Conoce la ley de medios que fue aprobada por el Congreso argentino recientemente ?**

Me la comentaron, pero no la conozco bien.

**¿La concentración y politización de los medios acentúa la polarización política ?**

Hay que entender que la polarización no es mala per se. Si uno quiere mantener bajo control al líder, entonces necesitamos tener una oposición organizada. Si no pasa lo que sucede aquí. Existe un líder fuerte como Cristina Kirchner y diez o más líderes en una oposición fragmentada, o como en Italia, donde Berlusconi tiene a toda la oposición dividida. En Argentina la mejor forma de limitar y fiscalizar el poder de Cristina Kirchner es fortaleciendo al Congreso nacional. Pero no para que bloquee las leyes de Cristina Kirchner y no la deje gobernar, sino para que la obligue a responder por sus decisiones. El líder debe gobernar, pero la oposición debe controlarlo.

\*\*\*\*\*

## **EL ASCENSO DEL PRÍNCIPE DEMOCRÁTICO**

**Quién gobierna y cómo se gobiernan las democracias.**

**de Sergio Fabbrini**



¿Cómo se gobiernan las democracias ? ¿Mediante los partidos, mediante los líderes o a través de ambos ? Las democracias modernas se caracterizan por un ascenso sin precedentes de los líderes de los Ejecutivos, en detrimento de los partidos y de los Poderes Legislativos. ¿Cuál es el rol del Príncipe democrático ? ¿Qué factores estructurales favorecen su función ? ¿Cómo ejerce su liderazgo en una sociedad dominada por los medios de comunicación masiva ? ¿Por qué están en decadencia los partidos ? ¿Qué consecuencias tiene este proceso en las democracias representativas ?

Para responder estas preguntas, Sergio Fabbrini lleva a cabo un análisis comparativo de los líderes gubernamentales de Estados Unidos y de Europa, en especial los de Gran Bretaña, Italia y Francia. Su investigación acerca del Príncipe democrático, basada en el aspecto institucional, considera no sólo las presiones internacionales propias del mundo globalizado, sino también las transformaciones radicales producidas por los actuales sistemas de comunicación, que han convertido la política en espectáculo y ejercen una enorme influencia sobre la política electoral y gubernamental.

En El ascenso del Príncipe democrático, Sergio Fabbrini se aleja tanto de quienes encuentran en el líder del Ejecutivo el único actor capaz de revitalizar las democracias modernas como de aquellos que sólo ven peligros en ese liderazgo, y considera que una democracia sólida implica una doble exigencia. Así, afirma : "Si la efectividad gubernamental del líder y de los Ejecutivos es una condición para un buen gobierno, también es necesario su control político. Es preciso recordar que el gobierno efectivo y el gobierno controlado son dos caras de la misma moneda".

**ISBN :** 9789505578214

**Formato :** 13,5 x 21 cm., 275 pp.

**Primera edición :** 2009

**Última edición :** 2009