

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/De-monologos-y-dialogos-Derecho-a-la-informacion-plural>

MEDIOS Y COMUNICACION EN POLITICA

« De monólogos y diálogos »Derecho a la información plural

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : jeudi 28 janvier 2016

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Nelson Cardoso reflexiona sobre el monólogo y el diálogo a propósito de la comunicación y la política, y desde allí analiza el desempeño que hasta el momento tiene el gobierno de Cambiemos.

Para todos aquellos que trabajamos en el campo de la comunicación comunitaria, popular y alternativa, sin lugar a dudas el término diálogo es una de las palabras, tal vez, más caras y significativas por lo que representa concreta y simbólicamente.

Durante el último año, en el marco del largo proceso de elecciones que tuvimos en nuestro país, no recuerdo haber escuchado tantas veces la palabra diálogo como en otras oportunidades. Sin lugar a dudas, quienes más la utilizaron y supieron capitalizar el significado, fueron los candidatos de la alianza Cambiemos ; y particularmente, el candidato Macri. La construcción de sentido impuesta presumía basarse en ser la cara opuesta a un gobierno saliente que no supo ni quiso escuchar al resto de la sociedad.

Una crítica que la oposición le hacía al kirchnerismo en el último mandato de la presidenta Cristina Fernández, es que en las formas y en sus discursos le costó superar la lógica del monólogo. Con actos que le hablaban e interpelaban a la propia tropa no supo trascender esa frontera discursiva quedando entrampado en discursos solo para propios y no ajenos. Lo opuesto al diálogo es el monólogo. El monólogo es una forma de comunicación, unipersonal y unidireccional. En la universidad estudiamos los procesos de comunicación que establecen los medios con sus audiencias y particularmente acerca del monólogo como acto comunicativo. Vemos a éste como la antítesis de la comunicación, en su sentido más íntegro y amplio, y por supuesto del concepto de diálogo. En palabras del pedagogo brasileño Paulo Freire, el monólogo sería una extensión y no una verdadera comunicación. Porque únicamente se trasvasan y extienden datos de un punto a otro. El diálogo es, en cambio, una relación horizontal en la búsqueda común de algo. Sólo ahí hay comunicación. Sólo el diálogo comunica.

Solemos afirmar que los medios que se precian de populares y comunitarios deberían interactuar, involucrarse, comprometerse y dialogar con sus audiencias. Ponemos como ejemplo medios que se dicen populares y comunitarios y terminan por monologar, es decir hablándose a sí mismos, sin interactuar con su comunidad. Son medios que de comunitarios o populares solo tienen la intención, porque no dan lugar a la inclusión de otras voces.

El riesgo de quien hace monólogos es no ser capaz de ponerse en los zapatos del otro ; es caer en una postura comunicacionalmente autocentrada, cerrada, corporativista. Es hablarle a un círculo cerrado (la vanguardia o los esclarecidos).

A pocos más de un mes de la asunción de Macri como presidente, queda más que en evidencia que el sentido construido en torno al diálogo fue, como en general son las propuestas del PRO, una construcción simbólica y artificial, producto de una estrategia de marketing o, como afirma Ignacio Ramírez (« [Algunas razones del sismo electoral](#) »), Le Monde Diplomatique ; Edición 198, diciembre 2015, pp. 4-5.), un *commodity*. El PRO logró *commoditizar* el término diálogo, vendiéndonos un significado que todos queremos escuchar y tener.

A esta altura de los acontecimientos, hay que reconocer una virtud del PRO : logran captar ciertos significados y commoditizarlos. El diálogo fue uno de ellos pero no el único. Las palabras juntos o cambio fueron otros ejemplos ; palabras que intentaron representar el espíritu de la nueva alianza.

Hay una larga lista de ejemplos, en que el presidente Macri a escasos días de su asunción, eligió el camino totalmente opuesto al diálogo : no convocar a sesiones extraordinarias del Congreso Nacional, abusar de dirigir a través de DNU, bastardear la ley de medios, echar empleados públicos, perseguir y señalar periodistas como a Víctor Hugo Morales, dar de baja programas opositores y, peor aun, reprimir a trabajadores públicos despedidos, como en la peores épocas de nuestro país.

Todo modelo comunicacional, se basa o enmarca en un modelo o proyecto político. El gobierno del FpV lo tenía, con sus aciertos y errores. Muchas de sus políticas públicas hablaban de ese modelo comunicacional y político. Basta sólo mencionar la ley de medios que vino a reemplazar el decreto de ley de la dictadura militar.

Hasta el momento el gobierno actual está mostrando un modelo de comunicación vertical y autoritario, lejos de contemplar la pluralidad de voces y el diálogo que supo proponer durante la campaña. No se ve un modelo de gestión con el pueblo incluido, como parte protagonista de sus acciones.

La represión es el ejemplo extremo de un modelo político/comunicacional ; cuando no existe el diálogo, aparecen los palos, los gases y las balas.

Nelson Cardoso * para [Página 12](#)

[Página 12](#). Buenos Aires, 27 de enero de 2016.

* **Nelson Cardoso**. Docente titular de la cátedra de Comunicación Comunitaria. FSOC-UBA.