

La prensa no impone presidente

ALFREDO SERRANO :: 03/08/2022

¿Quién podría negar el poder que ostenta la prensa?

Nadie. Sin embargo, sobrevalorarla sería tan errático como minusvalorarla.

Sé que el título es bastante provocador. Pero no por ello deja de ser menos cierto. Aunque, a decir verdad, para que sea completamente veraz, me faltó decir que no siempre impone - presidente.

En las últimas encuestas que hicimos en Celag detectamos que en muchos países de América Latina la mayoría de la ciudadanía no cree lo que nos cuentan desde los grandes medios de comunicación. Por ejemplo, en Argentina, en abril de 2019, a pocos meses de la cita electoral presidencial, sólo 24 por ciento consideraba que informaban correctamente. En Bolivia, también unos meses antes de las elecciones de octubre de 2020, este valor era de 20 por ciento (el resto pensaba que hacían propaganda). En México, en junio de ese mismo año, Televisa tenía una valoración en favor de 29 por ciento. En Chile, también en 2020, la imagen positiva de la prensa no llegaba a 30 por ciento. En Perú, en marzo de 2021, uno de los canales más importantes del país, América Tv, tenía una credibilidad de 27 por ciento. Y, por hacer mención al último caso, deberíamos de fijarnos en Colombia: ni *Semana* ni Caracol ni RCN lograban alcanzar 30 por ciento de confianza a fines del año pasado.

En ninguno de esos países, la prensa logró imponer su candidato. O, dicho de otro modo: no pudo impedir que la opción progresista ganara las elecciones.

¿Por qué ocurre esto a pesar del poderío que tiene y ejerce?

En primer lugar, porque en muchas ocasiones se ha desconectado de lo que le preocupa a la gente en su cotidianidad. Cayó en el mismo error que ella critica a la clase política: vivir en su propia burbuja.

En segundo lugar, porque generalmente acaba dirigiéndose exclusivamente a su propio público, es decir, convence a los que ya están convencidos.

En tercer lugar, porque tiene un manual obsoleto que no sabe cómo renovar. El mejor ejemplo es la cantinela de si gana la izquierda, el país se volverá como Venezuela. Este mensaje no cala en el día a día, salvo en quienes jamás votarían por dicha alternativa ideológica. En Celag preguntamos esto para varios países y los datos son elocuentes: a) para Argentina, sólo 28 por ciento estaba de acuerdo con esta tesis si ganaban Alberto y Cristina; b) en Chile, 29 por ciento; c) en Colombia, con Petro -y siendo seguramente la campaña más dura en este sentido-, el valor estaba por debajo de 40 por ciento (o sea, aquellos que nunca le votarían).

En cuarto lugar, porque estamos en una época de tanta oferta y consumo mediático que

consultar la prensa se ha convertido más en un modo de entretenimiento que en una vía real para informarse. Además, la inmediatez y lo efímero se imponen a la veracidad.

En quinto lugar, porque las redes sociales han ensanchado tanto la manera de estar informados y comunicados que ha mermado la capacidad de la prensa tradicional de concentrar la atención y fidelidad de las mayorías.

Ninguna de estas razones debería llevarnos a la conclusión de que los grandes medios no tienen aún la fuerza suficiente para generar marcos, para instalar agendas, para cercenar la imagen de una política y para mucho más, pero esto no significa que logren modificar todos los sentidos comunes e imaginarios. Sería un enorme error regalarles más importancia de la que tienen, porque eso implicaría dar por perdida una batalla política que podría ganarse, como así se ha demostrado en América Latina en estos últimos años. Y Petro es el caso más reciente, pero seguramente no será el último.

Celag

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/la-prensa-no-impone-presidente