

# Cubrimiento de elecciones presidenciales de 2006 en Colombia: ¿Invitando a la participación o promocionando una película?

*Pamela Flores*

*Colombiana. Candidata a Doctor en Estudios Culturales, Universidad de Sevilla. Magister en Desarrollo Social, Universidad del Norte, París XII. Docente investigadora del Grupo PBX de Comunicación y cultura, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. Autora del libro "La Ciudad europea o los desplazamientos del centro" y de numerosos artículos en revistas especializadas.*

*paflores@uninorte.edu.co*

*Nancy Regina Gómez*

*Colombiana. Comunicadora Social. Coordinadora Académica Programa de Comunicación Social, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.*

*ngomez@uninorte.edu.co*

## Resumen

Este artículo aborda los recursos narrativos utilizados por los noticieros televisivos de mayor sintonía en Colombia, para construir el relato de la reelección presidencial de Álvaro Uribe. El relato, basado en el modelo del viaje del héroe, mostró el recorrido del presidente candidato desde el fallo constitucional que permitió la reelección hasta la reelección misma, en conformidad con un esquema mítico que imposibilitó una visión de la oposición como válida y de un universo político plural. Mediante el análisis de las noticias sobre el proceso electoral, emitidas entre enero y abril de 2006, se estableció la poca visibilidad dada a los "otros" candidatos, y cómo la construcción del "héroe" imposibilitó que perdiera las elecciones. Esta manera de cubrir las noticias impide fortalecer la democracia y desarrollar en los ciudadanos la valoración del pluralismo político.

**Palabras clave:** medios de comunicación, noticias, procesos electorales, democracia.

## Resumo

Este artigo abrange os recursos narrativos utilizados pelos noticiários televisivos de maior sintonia na Colômbia, para construir o relato da reeleição presidencial de Álvaro Uribe. O relato, baseado no modelo da viagem do herói, mostrou o percurso do presidente candidato desde o ditame constitucional que permitiu a reeleição até a própria reeleição, em conformidade com um esquema mítico que impossibilitou uma visão da oposição como válida e de um universo político plural. Por meio da análise das notícias sobre o processo eleitoral, emitidas entre janeiro e abril de 2006, se estabeleceu a pouca visibilidade dada aos "outros" candidatos, e como a construção do "herói" impossibilitou que perca nas eleições. Esta maneira de cobrir as notícias impede fortalecer a democracia e desenvolver nos cidadãos a valoração do pluralismo político.

**Palavras Chave:** meios de comunicação, notícias, processos eleitorais, democracia

## Abstract

This article approaches the narrative resources used by television news reporters with the greatest rating in Colombia, to build the story of the presidential re-election of Alvaro Uribe. The story, based on the model of the voyage of the hero, showed the trip of the president candidate from the constitutional sentence that approved re-election until the day of the re-election itself. This trip was told in conformity with the mythical heroic scheme which disabled a vision of the opposition as valid and created doubts on the validity of a plural political universe. By analyzing the news on the electoral process, emitted between January and April of 2006, the study demonstrates the scarce visibility given to the "other" candidates, and how the construction of the "hero" made impossible for Uribe to lose the elections. The use of these procedures make difficult to strengthen democracy and developing in the citizens the value of political pluralism

**Key words:** mass media, news, electoral processes, democracy

## 1. Introducción: Un esquema antiguo para una realidad que no cambia

El consumo de historias entre los televidentes, en Colombia como en el resto del mundo occidental, ha aumentado considerablemente como resultado de las crecientes posibilidades tecnológicas que se colocan al servicio de saciar el inagotable gusto de los humanos por los relatos de ficción: series, dramatizados, telenovelas, *talk shows* construyen las tensiones y conflictos que mantienen el imaginario humano ocupado con lo posible (o lo imposible). Y aunque los *realities* llegaron autoproclamándose como fieles reproductores de la realidad –promesa imposible de realizar–, terminaron siendo una extraña combinación de los caprichos y de la ficción de quienes los producen, quienes los representan y quienes los consumen.

La ficción no respeta género televisivo, y los noticieros se han rendido frente a esta lógica narrativa para “informar” la cotidianidad. En ellos, parece ahora haber lugar para el recurso dramático, con la participación de personajes principales, secundarios, antagonistas, quienes establecen relaciones fraternas, conflictivas o cordiales entre sí, según la “veracidad” del suceso. Desde esta lógica, los noticieros de los canales RCN y Caracol, las dos cadenas de televisión más importantes de Colombia, han construido la “información” de las noticias relacionadas con las elecciones presidenciales de 2006. Así, lo concluye un estudio realizado por el Observatorio de Medios y Ciudadanía y el Grupo de Comunicación y Cultura PBX del Departamento de Comunicación Social de la Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia, tras analizar 44 noticias de RCN y Caracol, las dos cadenas de televisión, cuyos noticieros consiguen los más altos *ratings* de sintonía a nivel nacional.

El análisis de dichas noticias, emitidas entre el 26 de enero y el 29 de abril de 2006, reveló que “informar” como función discursiva del periodismo televisivo ha sido reemplazado por “narrar”; y que, en la sucesividad cotidiana de los relatos noticiosos, se fue construyendo el gran relato de la unidad nacional con miras a las elecciones de 2006. Al aplicar a este relato, las categorías de una teoría estructural de la construcción de historias y al hacer un análisis sintagmático de las relaciones entre cada una de las subtramas del relato total, logramos mostrar cómo el relato construido corresponde a lo que se denomina el “mapa del itinerario heroico arquetípico”, en el cual el héroe, necesariamente, cumplirá su destino; y, aunque las fuerzas del mal intenten impedirlo, los

obstáculos en el camino solo sirven para fortalecer el impulso del héroe para llegar hasta el final. En conformidad con la teoría clásica, el relato del héroe tiene las siguientes etapas: el futuro héroe está en casa, oye la llamada que lo conducirá a un país desconocido y toma la decisión de partir; luego de la partida, o al momento de partir, el héroe se beneficia de la ayuda de un guía espiritual quien le da consejos y, en caso de necesitarlo, “instrumentos de poder”; el tercer paso del itinerario es la partida, las primeras pruebas y el encuentro de ayudas y oponentes; seguidamente el héroe llega al umbral del país desconocido, y se confronta con el guardián del umbral. Penetra a la región de los misterios, lo cual es la prueba suprema y glorificadora, para finalmente obtener la recompensa y abandonar los instrumentos de poder y regresar al hogar.

Miremos en detalle cómo tiene lugar el itinerario heroico arquetípico en el relato noticioso del cubrimiento de las elecciones presidenciales de 2006 en Colombia.

## 2. El Camino del Héroe

### 2.1. La llamada y la partida del héroe

Desde los inicios de su primer mandato presidencial, a partir de agosto de 2002, el Presidente Álvaro Uribe empezó a socializar la idea de que, dada la magnitud de su misión, cuatro años en el poder no resultaban suficientes para conducir a la nación por un camino de desarrollo y paz. Después de una larga serie de debates, mercadeo de la idea de la reelección a través de los medios de comunicación y presiones políticas, el 19 de octubre de 2005, la Corte Constitucional dio a conocer el fallo por el cual se aprobaba la reelección a la

presidencia de la República en Colombia, lo que significaba que, en teoría, todos los expresidentes vivos podían acogerse a tal beneficio: Alfonso López Michelsen, Belisario Betancur, César Gaviria Trujillo, Ernesto Samper Pizzano, Andrés Pastrana Arango y el actual presidente Álvaro Uribe Vélez. Sin embargo, para el común de los ciudadanos, el fallo significó, “Uribe puede seguir siendo el presidente”.

Una vez producido el fallo, es decir sin obstáculos constitucionales de por medio, se inició la construcción del mito heroico. El héroe no tiene rivales, lo que tiene son obstáculos.

Con los rivales se discute o debate; a los obstáculos se les vence. En titular de Noticias RCN de marzo 28 de 2006 leímos: Titular: *Presidente dice que prefiere debatir sus tesis con el país.* Declaración Álvaro Uribe: *Para uno vender su propia panela no tiene que desacreditar la panela del vecino;* significando que nunca, durante los meses que durara la campaña presidencial, se sentaría, en igualdad de condiciones, con los otros candidatos a debatir sus tesis y propuestas.

En el mismo sentido, su portavoz de prensa de la campaña, Ricardo Galán, afirmó: *El debate del Presidente es con la gente,* (entiéndase: y no con otros candidatos). Esta decisión fue producto de una *estrategia de campaña, pues se considera que lo importante es presentar a la gente las propuestas directamente en escenarios en los que él responda las preguntas de los electores.* Para lograr su objetivo, Uribe habló con la gente diariamente a través de radios

locales y regionales apareció en los “talleres democráticos”, le *pidió (apoyo) a los colombianos para que su proyecto político y económico no tuviera trabas en un segundo mandato presidencial* y construyó la idea de que los ciudadanos solo tenían que dirigirse a él. Así lo expresa un titular de [www.terra.com.co](http://www.terra.com.co) (Marzo 13 de 2006): “Sin presentarse, Uribe gana las elecciones legislativas”.

En el momento de partir, el héroe se beneficia de la ayuda de un guía espiritual quien le da consejos y, en caso de necesitarlo, “instrumentos de poder”. Así, los diarios relatan a los ciudadanos, cómo el presidente Álvaro Uribe acude a la medicina bioenergética de la mano de la Dra. Elsa Lucía Arango; y a la medicina alternativa y los conocimientos de terapia floral y de sanación basada en la geometría, del prestigioso médico Santiago Rojas Posada, cuyos conocimientos y beneficios dio a conocer, una semana antes de las elecciones, en una entrevista en el popular programa “Yo, José Gabriel”. Instalado en un armónico ámbito espiritual, el presidente practica 20 minutos diarios de yoga y meditación, para que, según propia declaración, *Dios le dé tranquilidad espiritual.*

De ahí que, siguiendo al diario virtual “El País”, *pueda concluirse que Uribe goza de buena salud, física y espiritual y que su contextura delgada no le impide montar a caballo o nadar en las frías aguas del río Guatapurí o en las blanquecinas del mar de San Andrés.* (Febrero 6 de 2005). En suma, tiene todos los instrumentos de poder del héroe tanto física como

espiritualmente. Los médicos que han tratado su salud coinciden en afirmar que tiene un “espíritu fuerte” y a pesar de sus quebrantos de salud se muestra con fuerza para cumplir con sus obligaciones.

El segundo instrumento de poder con el que cuenta son los medios de comunicación comunitarios, locales, nacionales e internacionales, los cuales se convirtieron en instrumentos de poder en la medida en que aparecía en éstos en el tiempo y las condiciones que él consideraba pertinente para lograr su objetivo. Los canales nacionales RCN y Caracol, están al servicio de la visibilidad del candidato y participaron activamente en la construcción de este itinerario heroico (Ver Gráfica No. 1 y 2).

---



---

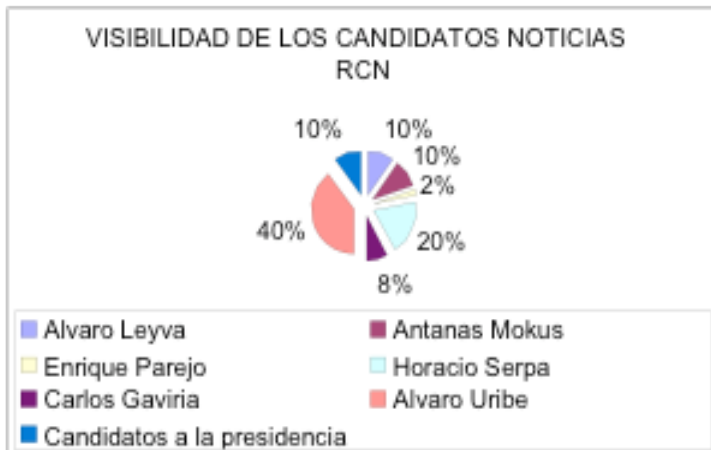
**“informar” como  
función  
discursiva del  
periodismo  
televisivo ha sido  
reemplazado por  
“narrar”**

---

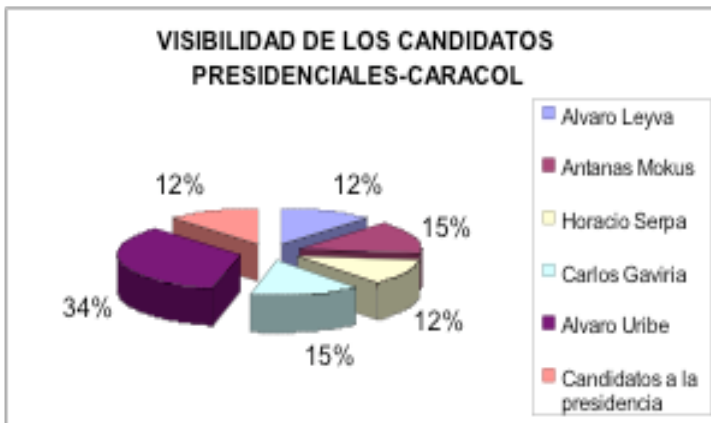


---

Gráfica No 1



Gráfica No 2



El tercer instrumento de poder identificado es el respaldo de Wall Street, de los mercados y de los inversionistas, quienes permanecieron atentos a sus estrategias por impulsar reformas claves en materia económica. Según BBC, el fallo del 19 de octubre de 2005 de la Corte Constitucional acabó con el nerviosismo de los mercados de los últimos días. Expresión ya común para connotar la tranquilidad o intranquilidad que un gobernante de América Latina produce en Washington y en el universo de las multinacionales. Así, López Obrador, Ollanta Humala o Carlos Gaviria producen nerviosismo, mientras Calderón, Alan García o Álvaro Uribe producen confianza.

## 2.2. Primeras pruebas y Encuentro de Ayudas y Oponentes

Inicialmente, el héroe llama a la reconciliación, entendiendo por reconciliación la construcción de un frente común para llevarlo de nuevo a la presidencia.

Declaración Álvaro Uribe: - *Invito a todos los que no me han apoyado y además lo hago públicamente.*  
Titular: - *Uribe le pide al Partido Liberal y a Polo Democrático que se unan.* (Marzo 23 Canal RCN).

A partir de ahí, empiezan a aparecer las “ayudas” como es el caso de cuatro de los cinco candidatos del departamento de Boyacá quienes dijeron que no se sentían representados por su jefe y respondieron al llamado de Uribe, quien los aceptó. Titular: *Diputados liberales de Boyacá se fueron para campaña de Uribe.* (Abril 20 Canal RCN).

Además, los concejales liberales de Neiva manifestaron su adición al presidente candidato Álvaro Uribe, frente a lo cual los medios visibilizan las voces de los oponentes: Declaración Presentador de la Cosa Política Noticias RCN: *A quien no le pareció simpático el acto de adhesión fue (al candidato liberal) Horacio Serpa.* (Abril 4 de 2006).

De esta manera, las voces de la oposición, empiezan a aparecer como oponentes: Titular: - *Partido liberal y el Polo rechazaron la propuesta de Uribe.* (Marzo 23. Noticias RCN). Declaración Patricia Lara (Vicepresidenta del Polo Democrático): - *Eso es un disparate, porque le hace mucho daño al país y al presidente le pasa lo que a los adolescentes que hay que pararlo.*

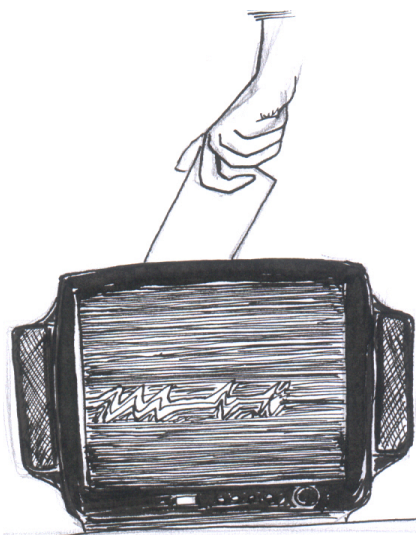
Entre tanto, los opositores Serpa y Pardo, convertidos en oponentes, se reúnen a puerta cerrada y hablan sobre estrategias para enfrentar las próximas elecciones. Titular: *Cumbre de Horacio Serpa y Rafael Pardo.* (Marzo 14. Noticias RCN).

En un intento inútil, la oposición intenta generar debate. Por medio de dos importantes revistas de análisis políticos, las revistas “Semana” y “Cambio”, se da a conocer

información que contradice la sensación dada por los medios masivos de que todo está bajo control. Así, en estas revistas se denuncia que el ex director del Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), Jorge Noguera, había dirigido un fraude que le habría significado 300.000 votos a Uribe en la Costa Norte en las pasadas elecciones de 2002. Frente a estas afirmaciones, Álvaro Uribe declaró en Radio W: *Van a empañar a mes y medio de la elección presidencial una acción del gobierno en defensa de los sindicalistas, una acción del gobierno en defensa de la transparencia, van a crear ahora la duda de que yo me robé las elecciones de 2002.*

La negación al debate es absoluta. El héroe no desciende al nivel de sus enemigos ni discute con ellos. Así lo presenció el mundo hispano, en el Foro realizado en CNN sobre las elecciones presidenciales en Colombia, al cual el Presidente Álvaro Uribe no asistió. Así se presenció también en la intensa campaña de este mismo canal durante las dos semanas anteriores a las elecciones presidenciales, durante las cuales los otros candidatos fueron invisibilizados por completo.

En febrero 10 de 2006, el periódico El espectador tituló: *Presidente Uribe admitió aportes de empresaria Enilce López a su campaña de 2002.* Investigada por lavado de activos, la empresaria ha sido asociada por algunos medios y por sectores políticos a actividades ilegales. Sin embargo, en la nota emitida por Caracol Noticias en su emisión de febrero 11 sobre la polémica por aportes de López a la campaña de Uribe, se observa, durante la



presentación de la noticia, un *wipe* (recuadro con imagen que aparece al lado del presentador de noticias), con la foto en primer plano del candidato Uribe y detrás de éste, el resto de los candidatos desenfocados. Esta clase de icono, que tiene como función desviar la noticia de lo que es su punto central, es una estrategia heredada de la ficción, y sirve al propósito de recordar que en el relato, existen un protagonista y unos actores secundarios que pueden ser y son, en la mayoría de los casos, antagonistas, y que las acusaciones en contra del protagonista siempre pasan por las “malas intenciones” de los adversarios en el relato.

Y aunque en el caso de RCN, es escaso el uso de los *wipes*, sí se puede apreciar este recurso dramático cuando el punto de vista está al servicio de generar controversia. Así, para la construcción del relato se recogen, en la misma noticia, las declaraciones de todos los candidatos en lo relacionado con un tema, a excepción de la opinión de Álvaro Uribe. Luego, en otra noticia aparte, Uribe da respuesta a las críticas y cuestionamientos de sus “opositores” sin que su testimonio fuera incluido en la construcción de la anterior noticia.

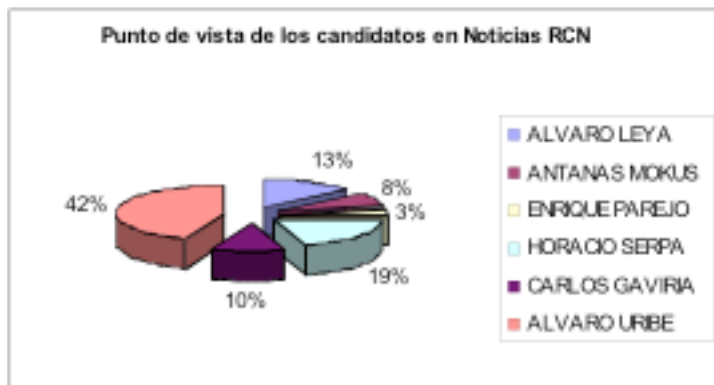
Así lo ilustran los siguientes titulares de Noticias RCN: *El presidente Álvaro Uribe justificó su decisión de no asistir a debates con los demás candidatos* y *el Presidente dice que prefiere debatir sus tesis con el país.*

La elaboración de este relato noticioso se caracteriza por divulgar la información con mecanismos semejantes a los relatos de ficción donde existen villanos, héroes y todo tipo de oposiciones. Esto se sustenta en las siguientes declaraciones en Noticias RCN y luego de parte de los demás candidatos. Declaraciones Presentador de la Cosa Política Noticias RCN: 1. *Desde luego, la propuesta de Uribe calentó el ambiente político y el Partido Liberal y el Polo Democrático rechazaron de tajo la iniciativa.* 2. *Los candidatos presidenciales coincidieron hoy en lamentar que el candidato presidente Álvaro Uribe no quiera enfrentarlos en un debate.*

Esta oposición en términos simplistas y, por tanto, carente de contenido político, se logra mediante la utilización del punto de vista, un recurso crucial en la construcción del relato y en las perspectivas que se imponen desde la narración. Al analizar el punto de vista desde el cual se construye la noticia en Caracol

Noticias, es decir quién la cuenta, se encontró que ésta se hace desde el candidato en un 69% y solo en un 27%, desde el medio (Ver gráfica No 4). De la misma manera, en Noticias RCN, quien cuenta las noticias es en un mayor porcentaje el candidato con un 80% y el 14% lo hace el medio (Ver gráfica No. 3). La construcción desde el punto de vista del candidato tiene lugar cuando es la única opinión consultada y transmitida en la noticia. Cuando se habla de construcción desde el medio, se entiende la noticia-relato desde las diferentes versiones de los candidatos de manera que los testimonios describan los sucesos. Cuando el personaje-candidato aparece en el encuadre se convierte en el punto de atracción para el espectador, quien a su vez, está buscando que el personaje -candidato lo guíe en la comprensión del texto.

**Gráfica No. 3**



**Gráfica No. 4**



Esto se evidencia en las noticias anteriormente citadas: *Uribe le pide al Partido Liberal y a Polo Democrático que se unan*, en la cual el medio da a conocer la invitación de Uribe a la conciliación: *Invito a todos los que no me han apoyado y además lo hago públicamente..* En la noticia siguiente, se da a

conocer la respuesta de los candidatos para que ellos mismos describan los sucesos: *Partido Liberal y el Polo rechazaron la propuesta del candidato*. Declaraciones de los candidatos: *Uribe quiere desviar la atención de apoyos indeseables que antes eran malos y ahora son buenos, Me parece que sería desastroso para el electorado colombiano, debería ser muy frustrante que eso ocurriera*. Los personajes de esta noticia terminan siendo estereotipados por la mirada del narrador. Según estos relatos, el candidato Uribe adopta una actitud de transparencia y disposición a la unidad, mientras que las declaraciones transmitidas de los otros candidatos no dan lugar a la conciliación. Se generan así dos categorías identificables “Conciliador” (protagonista) y “Opositores” (antagonistas).

### 2.3. Llegada al umbral y confrontación con el guardián del umbral

Aceptado el llamado, trazada la estrategia, Uribe se enfrenta al terreno desconocido con sus obstáculos: *Sin embargo, todavía podría haber un obstáculo en el camino para las pretensiones de Álvaro Uribe*, afirmó BBC Mundo.com, al referirse a la Ley de Garantías Electorales, en la cual se reglamentan los topes presupuestarios para las campañas electorales, la financiación del Estado a las mismas y el acceso igualitario a los medios de comunicación, entre otros aspectos.

Los obstáculos, lo insospechado del terreno, parecen denotar en el héroe, cierta actitud que el “guardián del umbral” su mayor opositor, Carlos Gaviria, parece interpretar como temor: *El Presidente está nervioso porque toda su batería la ha enfocado contra el Polo Democrático Alternativo y contra el candidato, lo*

que significa que no se encuentra ya tan seguro de su triunfo como hace unos días, dijo Carlos Gaviria. [www.carlosgaviria2006.net](http://www.carlosgaviria2006.net)

En la confrontación con el guardián del umbral, nuevamente los medios acuden a su ayuda. Alrededor de la imagen de Uribe, se construye un espacio generador de “confianza” que se opone al velo de “sospecha” con el cual se rodea al candidato del Polo Democrático. La presentación de Uribe como una candidatura suprapartidista se confronta diariamente con la expresión “candidato de izquierda” que antecede siempre al nombre de Carlos Gaviria. La repetición permanente de la palabra confianza, que corre de medio en medio y de boca en boca, es el “ábrete sésamo” que logra que Uribe penetre a la región de los misterios.

#### 2.4. Entrada a la región de los misterios

La entrada a la región de los misterios, la cual es la prueba suprema y glorificadora, hace que el héroe continúe avanzando y persevere por revelar todo aquello que impida la realización de su llamado. Titular: *Uribe dice que anuncio de FARC es una trampa electoral.* Uribe expresa en Noticias RCN el 7 de marzo: *Quieren convertir a los secuestrados en una mercancía electoral para comprar votos en vísperas de elecciones.* De esta manera, supera la prueba recordando su llamado: *Su responsabilidad con el Pueblo.* Avanza en la región de los misterios y recorre el país, no exponiendo una política o una determinada noción de la sociedad y del estado, sino atendiendo problemas puntuales de la comunidad tal como lo vimos en la población de Lorica, en el departamento de Córdoba, en donde

unos estudiantes le reclamaron al presidente los almuerzos escolares y sin dar esperar y cumpliendo con su llamado manifestó: *En este momento llamo al Bienestar Familiar.* Marzo 7. Canal RCN.

#### 2.5. La Recompensa

Con estas estrategias y, en medio de una total ausencia de debate político, Álvaro Uribe fue reelegido el pasado 12 de marzo con una votación que superó el 62% de los votos, lo que hizo que muchos medios de comunicación la calificaran de una “incontestable victoria”. Uribe logró su propósito: Ser reelegido en la primera vuelta de las elecciones. El triunfo fue interpretado a nivel mundial como un voto de confianza de los colombianos. Lo cierto es que el nivel de abstencionismo fue del 55%, lo que equivale a que 26.731.700 ciudadanos no ejercieron el derecho al voto. Más cierto aún, es que no hubo confrontación política ya que todo el proceso fue construido de manera que los electores asumieran el triunfo de Uribe antes del inicio de la contienda electoral, y que a todos los candidatos se les redujera a su papel de ser simplemente, los oponentes de Uribe.

#### 2.6 Abandono de los instrumentos de poder y regreso al hogar

Al culminar las elecciones, el Presidente regresa a su hogar, pero antes lleva a cabo una celebración eucarística de Acción de Gracias en la iglesia de Santa Teresita, de la ciudad de Medellín, su ciudad natal, donde además visita los restos de sus padres y su hermano Jaime.

*“Pidamos a Dios para que estos años que vienen sean buenos para Colombia y se me ayude con mesura, compromiso, amor por la Patria, para que tengamos una Patria en caminos de prosperidad de paz y de fraternidad”* Álvaro Uribe.

#### 3. Conclusiones o la objetividad como coartada

Cada noticia es una narración que asume un orden para las acciones que informa. Es decir, si bien es cierto que los noticieros proclaman la búsqueda de la precisión y veracidad, la información que ofrecen no puede ser “un espejo de la realidad”. Los elementos de las noticias son organizados para mostrar una visión del mundo, la cual es producto de los procesos

---

**El ejercicio de la democracia no es una novela o una película, y construirlo de este modo, desde los medios, podría significar la formación de individuos pasivos y sin criterio, ...**

---

institucionales del medio donde se plantea qué temas tratar, con qué enfoques y con qué relaciones.

Sin embargo, los noticieros, para defender una pretendida objetividad periodística, hacen uso excesivo de la función referencial de la lengua, tratando de controlar al máximo las manifestaciones enunciativas, sin que ello impida que terminen exponiendo la visión que consideran la verdad o desean que sea considerada la verdad. En las noticias estudiadas, RCN utilizó la función referencial el 64% de las veces, mientras que Caracol lo hizo en un 74. De ahí, el uso que hacen de declaraciones de los candidatos para asegurar una referencia clara, definida y un sentido literal. Por ejemplo, la siguiente noticia de Caracol: *Los pre-candidatos a la presidencia de la república criticaron el manejo que le está dando el presidente al TLC relacionado con el tema del agro.*

Nuevamente, aparecen dos bandos. Nuevamente, el papel de los otros candidatos se reduce a hablar del Presidente Uribe. La función referencial no garantiza la objetividad porque la información que se ofrece no es ni puede ser un espejo de la realidad, y el ámbito de la noticia no está integrado sólo por lo observable sino también por los mundos posibles que pueden generarse y verificarse frente a eso que se observa. Pero sí garantiza una apariencia de objetividad que sirve al proyecto de quienes tiene el poder de informar y de cómo hacerlo.

El estudio muestra claramente el proceso de ficcionalización de los noticieros de televisión. En épocas pre-electorales, el relato dramático de moda es el de la elección presidencial, y, como todo relato de moda, el público está ávido por conocer sus detalles. ¿Entretención o información?. La pregunta de fondo es qué implicaciones tiene esto en el desarrollo de una política democrática para los ciudadanos. El ejercicio de la democracia no es una novela o una película, y construirlo de este modo, desde los medios, podría significar la formación de individuos pasivos y sin criterio, conformados con dosis de entretenimiento.

Lo más grave, en el caso de las elecciones de 2006

en Colombia, no es que los medios hayan mostrado, una vez más, su poder para tomar las decisiones por los electores; es que, al asumir como única opción electoral a Álvaro Uribe, desde el lugar de "protagonista" del relato, se retrasó más aún nuestro compromiso con la construcción de una sociedad democrática. El ejercicio de la democracia implica diversidad, implica reconocer que no todos los ciudadanos están con el "protagonista" de la historia, que la política no se reduce a héroes y villanos; y, sobre todo, entender que no hay democracia ni puede haberla si no se promueve una cultura política que debata conceptos, nociones y visiones del mundo en un contexto de respeto y seguridad por las posiciones (que no opiniones) de los otros.

El mito del héroe pareciera estar en el subconsciente colectivo de todos los pueblos. De ahí que sea un relato fácilmente asimilable. De Hércules a Superman, todos los pueblos construyen permanentemente héroes que los conducen a sentirse a salvo de los peligros y los miedos. Por el contrario, la democracia, implica la aceptación del miedo, de la indefensión a la que estamos sometidos los seres humanos. En un universo democrático, nadie viene a salvarnos. Los ciudadanos, libremente, escogen a unos representantes en el poder que, sin atributos mágicos, sean capaces de tomar decisiones equitativas y justas pensando en el bienestar general. Ese relato es mucho menos atractivo, pero infinitamente necesario. Es también, un relato que asume la subjetividad de la experiencia humana y la necesaria diversidad de esas subjetividades.

## Bibliografía

- BARTHES y otros, (1970). *Análisis estructural del Relato*. 4ª. Edición, 1974. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- FARRÉ, Marcela, (1994). *El noticiero como mundo posible*. Buenos Aires: La Crujía.
- RODRIGO ALSINA, Miguel (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Editorial Paidós.
- VANOYE, Francis (1991). *Guiones modelo y modelos de guión*. 1ª. Edición en cast., 1996 Barcelona. Editorial Paidós.