

Actividades desde 25 al 27 de marzo

CIUDADANÍA Y POLÍTICA

6TO A

- Lee las fotos presentadas más abajo y realiza las actividades que están allí.

PEDIDO: EN ESTE TIEMPO VOY A ESTAR RECIBIENDO MUCHOS MAILS Y ARCHIVOS, TE PIDO QUE TITULES LOS TUYOS CON NOMBRE, APELLIDO, CURSO Y ACTIVIDAD. GRACIAS.

Enviar la actividad al mail institucional de la docente sgrillo@institutosvallecba.edu.ar hasta el día 30 de marzo de 2020, hora 12 del mediodía como límite. No se tendrán en cuenta los trabajos fuera de ese momento.



Política y medios de comunicación

Los medios de comunicación se transformaron en uno de los fenómenos culturales más importantes de las sociedades actuales. Ellos tienen la capacidad de producir y reproducir ideologías y de mostrar fragmentos de la realidad como si fuesen una totalidad.

La televisión (que es uno de los principales medios consumidos en el tiempo libre) constituye un medio clave para la política y los políticos. Junto con el neoliberalismo, se instaló en el mundo el fenómeno que el politólogo Giovanni Sartori llamó **videopolítica**, y la Argentina no fue una excepción. La nueva manera de concebir las funciones del Estado y de lo público tuvo en los medios su espacio de expresión.

Mientras los medios de comunicación se tornaban cada vez más importantes, las formas y los canales tradicionales de representación política, como los partidos, iban perdiendo protagonismo. Así, la videopolítica cambió los escenarios de contacto directo entre la ciudadanía y los políticos: ya no son necesarios actos multitudinarios porque pueden ser reemplazados por minutos en televisión. Con el afán de llegar a un público amplio y de lograr una aceptación masiva, el discurso político y las ideologías partidarias se volvieron más laxas o difusas. Los postulantes a cargos electivos adoptaron los códigos televisivos con respecto a su imagen y al uso del lenguaje. La presencia en programas de entretenimiento se complementó con la organización de caminatas, viajes en colectivo o visitas a escuelas. Al transmitirse por televisión, esas acciones puntuales y localizadas son percibidas como masivas.

me
dad
per
cho
gar
ela
opi

EU

inn
soc
mi
po
y o
vés
de

usa
cor
esp
car

E

L

m
al
d
g

manera de concebir las funciones del Estado y de lo público tuvo en los medios su espacio de expresión.

Mientras los medios de comunicación se tornaban cada vez más importantes, las formas y los canales tradicionales de representación política, como los partidos, iban perdiendo protagonismo. Así, la videopolítica cambió los escenarios de contacto directo entre la ciudadanía y los políticos: ya no son necesarios actos multitudinarios porque pueden ser reemplazados por minutos en televisión. Con el afán de llegar a un público amplio y de lograr una aceptación masiva, el discurso político y las ideologías partidarias se volvieron más laxas o difusas. Los postulantes a cargos electivos adoptaron los códigos televisivos con respecto a su imagen y al uso del lenguaje. La presencia en programas de entretenimiento se complementó con la organización de caminatas, viajes en colectivo o visitas a escuelas. Al transmitirse por televisión, esas acciones puntuales y localizadas son percibidas como masivas y de gran alcance.

La publicidad política de Carlos Menem es una clara muestra de este modo de hacer política. Privilegió el contacto personal, recorriendo el país y utilizando un lenguaje simple y eslóganes de fuerte impacto ("Revolución productiva"; "Sígueme, no los voy a defraudar") pero, además, sumó la idea de que los medios sirven para multiplicar la audiencia de la palabra de los políticos. Incluso cuando ya era presidente, acostumbraba ingresar en los estudios de televisión de formas inesperadas: jugando al fútbol, bailando tango, dialogando con personajes famosos.

Más cerca de nuestros días, aun se mantienen las formas de hacer campaña a través de la televisión y los

medios en general, pues se apela al humor, la proximidad a figuras populares y se deja en segundo plano la pertenencia a partidos políticos e ideologías. En muchos casos, el candidato con mejores posibilidades de ganar es el que se sabe manejar mejor en los medios y elabora su programa de acuerdo con los sondeos de la opinión pública.

El impacto de las redes sociales

Otra de las vías que cobraron un protagonismo innegable a la hora de hacer política es la de las **redes sociales**. Por ejemplo, la red social Twitter, que permite publicar mensajes de 280 caracteres, es usada por presidentes, políticos, artistas, figuras religiosas y otros millones de personas, que se comunican a través de mensajes breves y señalan cuáles son los temas de debate populares en cada momento.

Aunque mucho más masiva, Facebook no suele ser usada por políticos para comunicarse directamente con los votantes. En cambio, los políticos sí compran espacios de publicidad en este sitio para que aparezcan entre las publicaciones de los usuarios.

EN PROFUNDIDAD

La corrupción

Uno de los mayores males que aquejan a los sistemas de... la corrupción, entendida como el... actividad-

y otros millones de personas, que se comunican a través de mensajes breves y señalan cuáles son los temas de debate populares en cada momento.

Aunque mucho más masiva, Facebook no suele ser usada por políticos para comunicarse directamente con los votantes. En cambio, los políticos sí compran espacios de publicidad en este sitio para que aparezcan entre las publicaciones de los usuarios.

EN PROFUNDIDAD

La corrupción

Uno de los mayores males que aquejan a los sistemas democráticos en el mundo es la corrupción, entendida como el abuso de poder con el uso de fondos públicos para actividades lucrativas personales.

En América Latina, la corrupción se profundizó desde los gobiernos militares, con la especulación financiera, el uso fraudulento de la deuda externa y los enriquecimientos ilícitos. La falta de castigo a estos hechos hace que la relación corrupción/impunidad se fije en la sociedad y el papel de la justicia pierda valor como institución que regula conductas.

ACTIVIDADES

3. ¿Cómo se modificó el discurso político a partir de la videopolítica? ¿Qué ventajas y desventajas considerás que presenta con respecto a la forma tradicional de hacer política?
4. Buscá ejemplos de la relación entre política y las redes sociales que uses o conozcas. Si podés, capturá imágenes de los ejemplos y explicá de forma escrita cómo pensás que beneficia (o no) a la campaña del político que los generó.