

Relación entre política y medios

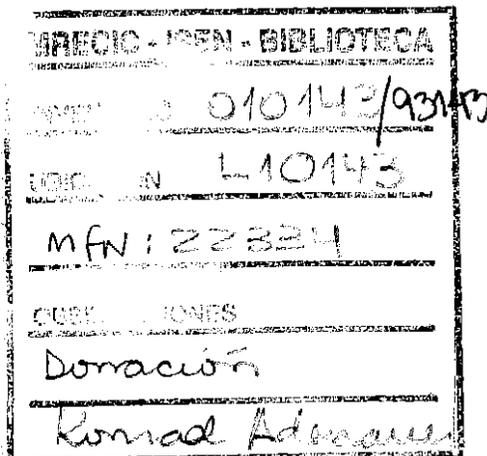
Propuestas alemanas en
una perspectiva comparada

Frank Priess

(Editor)

© Fundación Konrad Adenauer Stiftung
Suipacha 1175 piso 3ro
1008 Ciudad de Buenos Aires
República Argentina
Tel. (0054 11) 4326-2552
Fax. 4326-9944
E-mail: info@kas.org.ar
http://www.kas.org.ar

© Temas Grupo Editorial, 2002
Riobamba 1264 piso 4to
1116 Buenos Aires
República Argentina
Tel/ Fax: 4813.9334 y rotativas
E-mail: scarfi@elsitio.net



Derechos reservados en idioma español

Editor: Jorge Scarfi
Diseños de cubierta e interior: Diego Barros
Corrección: Emilia Ghelfi

1ª edición, diciembre 2002

ISBN 987-9164-741

Prohibida la reproducción total o parcial
por cualquier medio sin permiso escrito de la Editorial.

Impreso en el mes de diciembre de 2002
Verlap S.A. Producciones Gráficas
Comandante Spurr 653, Avellaneda
Provincia de Buenos Aires
República Argentina

Título original en alemán:
Politik und Medien: ein Spannungsverhältnis
Deutsche Antworten in vergleichender Perspektive

Deseamos agradecer muy especialmente a los autores como así también a las siguientes publicaciones y editoriales por autorizar la reproducción en español de los artículos que componen la presente obra:

Westdeutscher Verlag
Suhrkamp Verlag
Media Perspektiven
Aus Politik und Zeitgeschichte

Fundación Konrad Adenauer

ÍNDICE

- 9 Introducción
Frank Priess
- 11 La sociedad mediática y sus riesgos para la comunicación política
Otfried Jarren
- 33 Mediocracia: ¿rumbo a una democracia diferente?
Thomas Meyer
- 51 ¿Americanización de la campaña electoral o marketing político?
Gerhard Vowe / Jens Wolling
- 93 Comunicación política en tiempos de crisis
Frank Priess
- 117 ¿Siempre con diez años de atraso?
Sobre la americanización de la comunicación política y de la campaña electoral en Alemania
Wolfgang Kreuter
- 129 La Campaña electoral en los Estados Unidos
Wolfram Brunner
- 207 Campañas electorales en Alemania
Christina Holtz-Bacha
- 231 La Campaña electoral – Una carrera de fondo
Planeamiento, control y comunicación de campaña: el ejemplo del Partido Socialdemócrata Alemán SPD
Malte Ristau
- 255 La personalización de la comunicación política en la televisión
¿Un resultado de la “americanización”?
Frank Marcinkowski / Volker Greger

Introducción

- 279 Mercenarios de la política. Del aficionado al profesional: los consultores políticos en los EE.UU. y en Alemania.
Marco Althaus
- 309 El parlamento en la sociedad de medios – interacción entre el debate parlamentario y mediático.
Stefan Marschall
- 345 La escandalización de la información – consecuencias para la democracia
Jens Wolling
- 369 Actividad y pasividad de los periodistas ante el trabajo de prensa de los bloques parlamentarios
Wolfgang Donsbach & Arndt Wenzel
- 385 Periodistas y relacionistas públicos – una relación antagónica con futuro abierto
Lothar Rolke
- 411 Controversia en torno a los potenciales democráticos de las tecnologías informáticas interactivas – posturas y perspectivas
Olaf Winkel
- 439 Tendencias y preferencias en los hábitos de consumo de medios de comunicación 1970-2000
Birgit von Eimeren / Christa-Maria Ridder
- 475 ¿Cambio de paradigma en el control de fusiones europeo?
Bärbel Altes

Asistimos en la actualidad a un vertiginoso proceso de transformación de los medios de comunicación y de la política. En algunos casos estos procesos se condicionan mutuamente, en otros, son simplemente coincidentes en el tiempo. También forman parte de este proceso las Nuevas Tecnologías. Los hábitos de consumo en un mundo caracterizado por multitud de canales televisivos generan nuevos formatos en los medios de comunicación y obligan a la política a adaptarse a la realidad cambiante. Nada aporta recordar los buenos viejos tiempos, quizás no tan buenos si recordamos que hasta los programas más aburridos contaban con importantes audiencias, producto de la falta de cualquier otra alternativa y que periodistas con vocación misionera interpretaban su trabajo como continuación de la política por otros medios; y que los políticos nos abrumaban con monólogos interminables. Es un mundo que pertenece definitivamente al pasado. Hoy gobiernan los canales en transmisión permanente, la televisión por cable y las emisoras satelitales. Su oferta para públicos segmentados es tan profusa como la infinidad de revistas especializadas para todos los gustos; ni hablar de Internet que recompensa la creatividad y ha sustituido la pasividad por la conexión en red interactiva.

Al mismo tiempo se ha desencadenado una lucha feroz, inédita, por captar la atención de un público mimado por los medios. En los EE.UU., el número de relacionistas supera holgadamente al de los periodistas. En Alemania y América

RELACIÓN ENTRE POLÍTICA Y MEDIOS

Propuestas alemanas en una perspectiva comparada



Como las lealtades partidarias se erosionaron y aumentó la volatilidad. El presente volumen procura sensibilizar a sus lectores. Aporta su opinión un amplio espectro de autores de las ciencias, de la política y de los medios de comunicación. Esbozan posibles caminos hacia una sociedad de la comunicación, analizan las cuestiones básicas de una democracia transmitida a través de los medios de comunicación y reseñan las actuales tendencias en el periodismo y en las campañas electorales más recientes en todo el mundo. Por último, el libro aporta datos concretos sobre la utilización de los medios que nos transmiten una impresión de cómo la gente se informa hoy, cómo se comunica y de qué manera dialoga.

Otro dato que se agrega es que los autores del libro son de nacionalidad alemana. Sus contribuciones fueron publicadas en idioma alemán y la Fundación Konrad Adenauer publica ahora sus pensamientos traducidos al español. La atención que merecieron los tomos anteriores de esta serie de libros de autores alemanes reflejó el gran interés que existe en América Latina por conocer los "puntos de vista alemanes", las similitudes que existen en la realidad mediática de ambos países y la posible contribución de estas posiciones al enriquecimiento del debate. La Fundación Konrad Adenauer se sentirá gratificada de iniciar una vez más un intenso diálogo con sus lectores, a los que les deseamos desde ya una lectura amena y estimulante.

Frank Priess

TEMAS



Konrad
Adenauer
Stiftung

