

El impacto de la visibilidad mediatizada de los escándalos políticos en la legitimidad de la democracia.

Pablo Ariel Cabás.

Cita:

Pablo Ariel Cabás (2008). *El impacto de la visibilidad mediatizada de los escándalos políticos en la legitimidad de la democracia. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Misiones, Posadas.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-080/30>

Título: El impacto de la visibilidad mediatizada de los escándalos políticos en la legitimidad de la democracia

Autor: Lic. Pablo Ariel Cabás - Universidad Católica de Córdoba
pabloarielcabas@yahoo.com.ar

RESUMEN:

El trabajo discute los conceptos de videopolítica y de visibilidad mediatizada de Thompson, para enmarcar la reflexión en torno al impacto de los escándalos políticos en la legitimidad de la democracia liberal. Todo escándalo mediático supone que los actores involucrados en el mismo sufren un proceso de sanción social comunicativo, en el cual las características propias de los medios de comunicación y sus técnicas constitutivas afectan el modo en que estos son visualizados.

La manera en la cual se resuelve el proceso de “estigmatización” o sutura del conflicto normativo desencadenado por la violación de la norma, afecta el modo en el que los agentes y/o las instituciones son legitimados o sancionados por la opinión pública. Supone también pensar a los escándalos mediáticos como instituciones sociales inevitables de nuestras democracias, que no solo tienen un impacto negativo en las instituciones, sino que también permiten el control de los actos públicos y favorecen la discusión política sobre las normas y las leyes que la sociedad defiende o acusa.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca indagar sobre el impacto de la presencia de los escándalos político-mediáticos en la legitimidad de los sistemas democráticos. Desde la discusión e investigación académica sobre la comunicación política, la exposición pública de un agente a un escándalo político, cualquiera sea la naturaleza del mismo, implica siempre una pérdida de poder o de representatividad.

Si bien se pueden dar casos, en los que los actores políticos individuales puedan superar dichos procesos de visibilidad mediática adversa sin mayores pérdidas de legitimidad (asociado en este trabajo a imagen positiva o empatía que genera en las audiencias o la opinión pública) queda el interrogante sobre cuánto de todo ese desprestigio se contagia a las instituciones a las cuales el sujeto pertenece.

La idea de la manzana que pudre al cajón subyace en esta reflexión. Por otro lado, las propias características del contexto comunicativo actual, en el cual se libran las batallas políticas más relevantes por la visibilidad pública, hace que la presencia de los escándalos mediáticos sean más frecuentes que en décadas previas. Esto implica graves riesgos no solo en la generación de un clima de opinión sobre-escandalizado (Andén-Papadopoulos y Widedstedt 2006), sino que también genera cinismo público (Garment 1991, Peruzzotti 2003) y desafección política¹ (Montero, Gunther, y Torcal, 1998²; Nazzari y Barra 2007³) en la ciudadanía.

¹ “...Las nuevas democracias se caracterizan por la presencia de la desafección democrática; es decir por la existencia de un apoyo mayoritario de los ciudadanos a sus regímenes democráticos y una gran moderación ideológica y tolerancia, conjuntamente una falta de confianza en las instituciones, un alejamiento de la política, un sentimiento de incapacidad de poder influir en el sistema y de que el sistema, a su vez, responda a las demandas de los ciudadanos”. Torcal, Mariano; Partidos y desafección política; Magazine Nro. 14; Instituto Internacional de Gobernabilidad (<http://www.iigov.org>)

² Montero, José Ramón; Gunther, Richard y Torcal, Mariano; Actitudes hacia la democracia en España: Legitimidad, descontento y desafección; Rev. Reis 83/98

El aumento en la presencia de los escándalos se debe a varios factores, pero principalmente a las características constitutivas del espacio político comunicativo, según lo definiera ya clásicamente Dominique Wolton como “el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos.”⁴ Por otro lado, la necesidad de mediación comunicacional entre los actores en las democracias liberales ensanchadas (o amplificadas), implica que muchas de las lógicas propias de los medios de comunicación (o las técnicas constitutivas de cada uno según cual sea el caso: radio, televisión, marketing, diarios, Internet) deben ser incorporados al “modo mismo de hacer política”. Esta idea de contaminación no solo exagera la influencia de la comunicación subestimando con ello a la política; sino que también desconoce que política y comunicación son aspectos de un mismo proceso. Es como querer escindir en la política, la acción de la palabra. En todo caso, será el tipo de comunicación (o el marco comunicativo) lo que estructure a la forma en la que la política se presenta (se hace visible) y se narra (o procesa su imagen especular).

A partir del desarrollo de la idea de videopolítica como marco en el cual los escándalos se presentan, se discute el concepto de visibilidad mediatizada. La construcción de la visibilidad implica la posibilidad de la invisibilidad y también de los procesos de estigmatización que definen la clausura del proceso comunicativo escandaloso.

Posteriormente se discute el concepto de escándalo, haciendo hincapié en la definición de John B. Thompson y en las condiciones y características del mismo. No existe en la literatura un gran enfrentamiento sobre dicho concepto. Generalmente, salvo correcciones puntuales, se acepta la nominación desarrollada por Thompson. Finalmente se discute el impacto de los escándalos mediáticos en la reputación de los líderes políticos y la forma en la que dichas reconfiguraciones de imágenes públicas individuales afecta al sistema democrático en su conjunto. Se procede realizando una revisión bibliográfica de los estudios empíricos realizados al respecto y discutiendo teóricamente los efectos de los escándalos en las democracias liberales y sobre la idea de representación y legitimidad.

SOBRE EL CONCEPTO DE VIDEOPOLÍTICA

En la discutible interpretación de Sartori sobre el impacto de la televisión en la política subyace la idea conductista de los primeros estudios sobre el efecto de los medios de comunicación en el público. La audiencia es colocada en un lugar pasivo y es manipulada por un mensaje que por sus propias técnicas constitutivas está destinado a convertir al hombre sapiens en homo videns. Es decir en un sujeto cuya capacidad perceptiva sustituye a la conceptual, atrofiando su capacidad de abstracción y de entendimiento. La televisión modifica la naturaleza misma de la comunicación, trasladándola del contexto de la palabra al de la imagen. Es pura y simple representación visual.

La televisión no es solo un instrumento de comunicación; es también *paideía* (instrumento antropogenético) que genera un nuevo *anthropos*, un nuevo tipo de ser humano. Los cambios que genera en la política están vinculados a dicho *anthropos* y es lo que se conoce como videopolítica.

El poder de lo visual incide en los procesos políticos y transforma de modo radical el cómo “ser políticos” (proceso electoral, elección de candidatos, modo de plantear la batalla electoral, forma de ayudar a vencer al vencedor) y el cómo “gestionar la política” (la TV condiciona las decisiones del gobierno, lo que puede o no hacer). El pueblo “opina” en

³ Nazzari, Rosana y Barra, Daniela; Legitimidad y Opinión Pública. La desafección política en los jóvenes de Brasil; Paper presentado en el I Congreso Latinoamericano de WAPOR; Uruguay, 2007.

⁴ Wolton, Dominique; La comunicación política: construcción de un modelo; en Gauthier, Gilles; Gosselin, André; Mouchon, Jean (comps.); Comunicación y Política; Gedisa; Barcelona; 1998.

función de cómo la TV lo induce a opinar. El poder de la imagen se coloca, de esta manera, en el centro de todos los procesos de la política contemporánea.

Siguiendo la línea argumental de Sartori, la forma en la que los políticos se hacen visibles para los ciudadanos también cambia. “En la pantalla no vemos programas, ni partidos, ni discursos; sino solo personas, rostros. (...) El video-líder en lugar de transmitir un mensaje es el mensaje”, dice Sartori, concluyendo que la televisión, así como el resto de los medios de comunicación, potencia el proceso de *personalización* de la política.

En una campaña electoral lo esencial es el espectáculo antes que la información. El partido de masas es sustituido por un “partido ligero” que asegure mediatización. Esto tiene profundos impactos en la percepción de la ciudadanía sobre los políticos y sobre las instituciones. El desfase entre los tiempos mediáticos y los tiempos institucionales es uno de los aspectos más destacados de este proceso. Mas adelante volveré sobre esta contradicción. Por otro lado, se puede argumentar que los medios de comunicación amplían también el espacio comunicativo amplificando la relación política de delegación y representación, pasando de la relación cara a cara a una relación mediatizada y por lo tanto “procesada” por las técnicas mismas de los medios que amplifican la cobertura.

Sartori no es explícito cuando se refiere a la ampliación de los públicos que tienen acceso a la visibilidad de sus líderes políticos, mientras abunda en críticas sobre un pretendido proceso de manipulación.

La imponente presencia de la televisión en el espacio público y en la organización de nuestro universo perceptivo, y, en consecuencia, cognitivo, pone de actualidad los viejos hallazgos de Lippmann: el mundo objetivo guarda escasa relación con las creencias que las personas tienen acerca del mismo.

Lippmann entendía que la prensa creaba imágenes en nuestras cabezas, y que esas imágenes poco tenían que ver con la realidad. Lippmann no tardó en llegar a una conclusión, y es que las personas no actúan según lo que creen que sucede o ha sucedido en la realidad, sino basándose en lo que ellos creen que ha sucedido a partir de las representaciones que encuentran en la prensa: significados e interpretaciones periodísticas son para ellos la realidad, aunque no tengan mucho que ver con lo que ha ocurrido realmente.⁵

Sartori retoma esa idea de Lippmann de que la prensa es constructora de la realidad. Y que esta realidad mediática condiciona las actitudes y comportamientos de las audiencias o la opinión pública. La imagen que circula de las instituciones y de los políticos son aquellas que se construyen mediáticamente. Opera un proceso de visibilidad que será más o menos transparente según la concepción y la evidencia empírica que se lleve a cabo. No hay puntos fuera de contradicción y discusión en estos estudios.

Asimismo, los procesos de escandalización implican también una narrativa de los medios. Subyace en algunos planteos la confusión entre visibilidad y mediación. Más adelante abordaré la cuestión. Sin embargo es preciso dejar en claro que los medios de comunicación al “presentar” las realidades, aplican sobre las mismas sus técnicas de producción y elaboración de los mensajes (personalización, fragmentación, descontextualización y recontextualización, entre otros variados procesos) y persiguen un fin distinto al del debate público político (espectacularización, persuasión no racionalizada, etc.). Los medios, en una democracia liberal con economía de mercado, buscan mantener o acrecentar la audiencia. Y en este sentido, tanto la construcción de las reputaciones como la destrucción de las mismas por medio de procesos de escandalización siguen similares instancias de codificación. El héroe y el villano son las dos caras de la misma épica dramática narrada por los medios.

Ahora bien, cuando se habla de videopolítica se está hablando de los cambios que la discusión política presenta en el espacio comunicativo mediático. Para ello es relevante plantear cuales

⁵ Morató, Javier del Rey; Democracia y Posmodernidad. Teoría general de la información; Editorial Complutense; página 509.

son las características de esos cambios, para después analizar qué ocurre con la presencia de los escándalos políticos.

Según Beatriz Sarlo, la videosfera es el espacio hegemónico y expansivo reorganizado simbólicamente en torno de los nuevos medios de comunicación. Sobre este proceso, Sarlo describe siete transformaciones políticas operadas en la videosfera.

La primera hace referencia a que la videopolítica es hoy la forma más visible del aspecto público de la política. Es decir, la videopolítica es la forma actual de la política. Las transformaciones generan estilos, modifican la percepción de temporalidad y de la espacialidad, producen matrices de actores y géneros. Las transformaciones tecnológicas proponen los límites de lo posible formal que, una vez instalados, definen la dimensión simbólica de lo social.

La segunda transformación está vinculada al proceso de institución de formas aparentemente no mediadas en la presentación de las cuestiones públicas. Esto es una ilusión, porque la tecnología y las formas discursivas son tan fuertes en la videopolítica como en las formas anteriores de la política. Se crea la sensación de inmediatez, proximidad y continuidad en la captación en directo. La cámara sorprende al político en aquello que el político está menos acostumbrado a controlar. No se trata de una verdad, sino de un efecto de verdad.

El tercer proceso está vinculado a la desacralización de la política. Se establece una distancia aparentemente menor entre ciudadanos y políticos profesionales. El político se presenta con los atributos del hombre o la mujer comunes: la familia, las pasiones, los defectos y virtudes cotidianas. El desplazamiento de la política al entretenimiento, implica para el político ajustarse a las reglas del entertainment. Esta idea de la espectacularización de la política es desarrollada por Izurieta⁶ de la siguiente manera:

En la era del entretenimiento, cuando actores cinematográficos, músicos y artistas logran los más altos ratings televisivos, los políticos deben competir con esas figuras del mundo del espectáculo para captar la atención de la audiencia. El tipo de auditorio que gusta y demanda estadísticas y razones, está compuesto por gente que ya vota y tiene una participación política activa, son “votos duros”. Se trata de personas que están informadas y tienen opiniones bien definidas. En cambio, la mayoría proclive a la reforma o los indecisos son grupos que están más persuadidos por un enfoque emocional. El enfoque emocional no es necesariamente no racional (...). Pueden no ser totalmente aprehendidos por la razón, pero eso no implica que no sean racionales. Ocurre lo mismo que con el arte: el arte no es racional o irracional, es simplemente arte.⁷

El político se somete a pruebas de popularidad que no necesariamente tengan algo que ver con su capacidad institucional. La “televisividad” (o visibilidad mediatizada, como la llamaría Thompson) se convierte en el capital simbólico más relevante para el político. Los políticos deben desarrollar al mismo tiempo una doble estrategia, presentarse con la máscara del hombre común y la del personaje, que por sus destrezas y sus cualidades está colocado en otra escena, que no es la cotidiana, sino la institucionalizada. La crisis de representación esta relacionada con este dilema de imagen.

La cuarta transformación es la adopción de un discurso más sencillo y accesible a las mayorías que el de las instituciones deliberativas del sistema político. Las instituciones son vistas como lentas e ineficientes. La videopolítica acelera los tiempos de las instituciones formales, tanto en el planteo de los problemas, como en el diseño de las soluciones. Esta contradicción entre estos dos tipos de temporalidades será analizada más adelante.

La quinta característica es que la videopolítica se desliza en un continuum cuyo punto nodal está fuertemente fijado en el presente. La videopolítica intensifica el presente y olvida el pasado y el futuro. La continuidad del tiempo se presenta como una sucesión de

⁶ Izurieta, Roberto; Cómo comunicarse con los ciudadanos indiferentes; en “Cambiano la escucha. Comunicación presidencial para ciudadanos indiferentes”; La Crujía Ediciones; Buenos Aires; 2005. / Izurieta, Roberto; Peria, Rubén y Arterton, Christopher; Estrategias de comunicación para Gobiernos; La Crujía Ediciones; Buenos Aires; 2003.

⁷ Izurieta, Roberto; Cómo comunicarse con los ciudadanos indiferentes; en “Cambiano la escucha. Comunicación presidencial para ciudadanos indiferentes”; La Crujía Ediciones; Buenos Aires; 2005. Páginas 18 y 19.

intervenciones en un presente en el que las cosas aparecen y desaparecen según el ritmo mediático. Hay que dramatizar hasta los hechos más banales y presentar aceptablemente los hechos más terribles, sin perder la simplicidad y la conflictividad.

La sexta transformación es la aparición de nuevos tipos de acontecimientos comunicativos públicos especialmente creados para integrarse a ese continuum. La política monta el acontecimiento para que éste se registre en la televisión. Muchos acontecimientos políticos son realizados solo para ocupar lugar en la videosfera. Los políticos, los movimientos sociales y los ciudadanos encuentran en la videosfera la visibilidad de sus opiniones. Y solo en dicha visibilidad pueden intervenir en la comunicación política.

Por último, el séptimo proceso es lo que Sarlo, siguiendo textualmente a Sartori sin referenciarlo, denomina la transformación de la democracia representativa en democracia de opinión. En la videopolítica teóricamente somos todos iguales. La des-jerarquización y re-jerarquización de personas y personalidades en los medios audiovisuales, establece un nuevo sistema de prelaciones: las stars de la videosfera, los intelectuales y los políticos, no quedan sometidos solo a las leyes específicas de sus espacios culturales sino que participan en un macro-espacio que los re-categoriza. Todas las opiniones son equivalentes. El experto no tiene nada de meritorio, salvo si maneja mejor los medios.

EL DEBATE EN TORNO A LA VISIBILIDAD MEDIATIZADA

Nada nuevo supone la vieja idea medieval de la picota. Solo que mediática, el mercado público como lugar de encuentro ciudadano fue reemplazado por el espacio comunicativo televisivo. Si bien la vieja idea de la picota permite suponer un castigo más leve al acusado que el oprobio mediático de una construcción sin límites de villanos; tampoco deja de ser verdad, que en sí misma la picota también suponía una narración. El acusado, atado a la picota de pública visibilidad, debía permanecer impasible ante el rechazo colectivo de la comunidad, bajo un cartel que le asignaba la responsabilidad de una infracción moral y un status de paria social. El escrutinio público, las escupidas, los cuchicheos, los insultos abiertos, cumplían, en términos sociológicos, la función de reestablecer la validez de la norma y aplicar las sanciones sociales por la conducta desviada. Castigo y Normatividad.

Subyace a la presión social de la picota, la idea de una opinión pública opresiva que constriñe el comportamiento individual ajustándolo a la moralidad social reinante o mayoritaria, según lo formulara Elizabeth Noelle Neumann⁸. Desde este enfoque, la opinión pública si bien permite el despliegue de los virtuosismos en la esfera pública como mecanismo de acumulación de poder, vía capital social o simbólico; también supone que el comportamiento desviado (esto es, alejado de la normatividad o valoración mayoritaria) debe ser castigado y reparado en la misma esfera de visibilidad.

La diferencia entre el condenado a estar atado a la picota en un día de plena actividad comercial en el mercado central y una entrevista incómoda en un estudio de televisión (por no hablar de los video-escándalos u otras técnicas de espionaje comunicacional como las cámaras ocultas, las recreaciones, las fotos, etc.) estriba, según Thompson, en que mientras la primera modalidad implicaba una interacción “cara a cara”, la segunda es una “interacción mediatizada”.

Desde “la teoría de la interacción de los medios de comunicación” desarrollada por Thompson, vinculada a los estudios de los usos y las gratificaciones⁹ cambiamos la perspectiva hipodérmica de Sartori. Las audiencias dejan de ser pasivas en este contexto comunicativo y se produce una inversión de la perspectiva basada en la afirmación de “que ni

⁸ Noelle – Newman, Elizabeth; *La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública*; en *El nuevo espacio público* (WOLTON, Ferry y otros comp.); Editorial Gedisa; Barcelona; 1995. / Noelle – Newman, Elizabeth; *La espiral del silencio. Opinión Pública; nuestra piel social*; Editorial Paidós; Barcelona.

⁹ Wolf, Mauro; *La investigación de la comunicación de masas*; Editorial Paidós.

siquiera el mensaje del más potente de los media puede influenciar a un individuo que no se sirva de él en el contexto socio-psicológico en el que vive” (Katz, 1956)¹⁰. El efecto de la comunicación de masas es entendido como consecuencia de las gratificaciones a las necesidades experimentadas por los receptores: los medias son eficaces cuando el receptor les atribuye dicha eficacia, sobre la base de las gratificaciones y las necesidades. Poniéndolo en términos de Thompson:

*El uso de los medios de comunicación no sólo comprende la transmisión de información a individuos cuyas relaciones recíprocas permanecen inalteradas. Más bien, mediante su uso los individuos crean nuevas formas de acción e interacción que difieren en determinados aspectos de la interacción cara a cara que caracteriza a la mayor parte de nuestros encuentros en la vida cotidiana*¹¹.

*(...) Los medios no son sólo instrumentos técnicos. Son, además, instrumentos para guardar e intercambiar información y materiales simbólicos entre las personas, por lo que están intrínsecamente vinculados a formas de acción e interacción que surgen cuando ellos son utilizados.*¹²

En el análisis que hace Thompson de la visibilidad mediada empieza distinguiendo varios tipos básicos de interacción. El primer tipo es la Interacción “cara a cara”. En este marco espacio-temporal común, los participantes están uno frente al otro, en co-presencia. La interacción es dialógica, ya que implica un flujo de información y comunicación de doble sentido. Generalmente implica una multiplicidad de indicadores simbólicos: palabras, gestos, expresiones faciales, entonación, etc.

La aparición de los medios de comunicación creó nuevas formas de interacción mediada con características espaciales y temporales diferentes de la interacción cara a cara. La interacción mediada se «expande» a través del espacio y también puede alargarse o comprimirse en el tiempo. Los productores y los receptores del mensaje están separados espacial e incluso temporalmente. La naturaleza de la interacción estará conformada por estas propiedades espaciales y temporales distintivas y por las características específicas del medio empleado.

Supone cierta reducción de la variedad de indicadores simbólicos, ya que los participantes no tienen generalmente la diversidad de indicadores simbólicos disponibles en contextos de interacción co-presencial.

Thompson diferencia un tipo de interrelación mediada propio de los medios de comunicación masivos. La producción y recepción de materiales tales como libros, periódicos, programas de radio y televisión, films, vídeos, etc. son categorizados como «cuasi interrelación mediada». Hay dos características que la diferencian de otras formas de interrelación mediada. Primero, las formas simbólicas son producidas para una variedad indefinida de destinatarios potenciales. Segundo, la interacción utilizada es predominantemente monológica, en el sentido de que el flujo de la comunicación es en gran parte de sentido único. No tiene el grado de reciprocidad y especificidad interpersonal de otras formas de interacción, sean mediadas o cara a cara. No por ello la cuasi interrelación mediada deja de ser una forma de interacción.

Crea cierta clase de situación social en la que los individuos están conjuntamente vinculados en un proceso de comunicación e intercambio simbólico. También crea tipos peculiares de relaciones interpersonales, vínculos sociales e intimidad (que llamo «intimidad no-recíproca a distancia»).

(...) El desarrollo de los medios de comunicación crea nuevos cambios de acción e interacción que incluyen formas de visibilidad distintas en las que las relaciones de poder pueden cambiar rápidamente, dramáticamente y de manera impredecible.

Como dice Thompson, lo visible es aquello que puede ser visto, lo que es perceptible por el sentido de la vista, mientras que lo invisible es lo que no puede ser visto, o está oculto a la mirada. La visibilidad está vinculada a dos factores: a las capacidades físicas de nuestro sentido de la vista y a las propiedades temporales y espaciales de las circunstancias en las que

¹⁰ Citado por Wolf Mauro; Op. Cit.

¹¹ Thompson, John B.; La transformación de la visibilidad; Estudios Políticos; Nro. 90; otoño 2003. Página 274.

¹² Thompson, 2003. Página 275.

nos encontramos nosotros mismos. Sin embargo, el desarrollo de los medios de comunicación liberó a la visibilidad de las propiedades espaciales y temporales del presente. Es decir, de la existencia de un escenario común. “El campo de visión se alarga en el espacio y puede alargarse también en el tiempo.”

Estas nuevas formas de visibilidad están formadas por las técnicas constitutivas de cada medio, como los enfoques fotográficos, las editorializaciones, las prioridades de agenda, el framing, etc. En cada caso, deja implícito Thompson, se requiere un análisis pormenorizado del proceso de construcción de la noticia o del newsmaking.

La idea de la naturalización de la mediación y la visibilidad es ampliamente criticada por Kari Andén-Papadopoulos y Kristina Widestedt¹³, quienes afirman que es un error de Thompson suponer una transparencia y linealidad entre la visibilidad y la mediatización. Según las autoras, Thompson asimila el concepto de visibilidad con el de mediatización. Supone la transparencia de los medios de comunicación en la presentación de las imágenes. Thompson cabalgaría sobre el mito de la transparencia de la fotografía.

Sin embargo, desde la crítica que le formulan Kari Andén-Papadopoulos y Kristina Widestedt, “el rol constitutivo de los media en los escándalos no es tanto colocar la evidencia visual de un acto reprochable a la mirada pública, sino construir todo el escándalo narrativo en un drama preelaborado con roles definidos, para los actores involucrados”¹⁴

(...) However, he (refiriéndose a Thompson) does not provide a clear definition of this central concept, but uses it in a rather ambiguous way. (...) he employs it in a literal sense, stating that modern mediated politics is defined by ‘visibility in the narrow sense of vision (the capacity to be seen with the eyes). This view tends to reduce the complex processes of mediation to ‘pure vision’, and thus drifts into the fallacy of ‘visual essentialism’ that has afflicted much writing on visual culture.

(...) This view tends to disqualify any attempt at distinguishing the signifying codes and conventions of visual images from other forms of mediation. Ultimately, the flaw in Thompson’s vague employment of ‘mediated visibility’ is that he bereaves this key concept of its theoretical stringency, and even more importantly, that it preserves the myth of photographic transparency. (...) In Thompson’s vocabulary, the media ‘reveal’, ‘disclose’, and ‘make visible’ the actions of politicians – as if the media primarily just removed a veil of secrecy and publicized events in a more or less transparent way.

While developing a convincing theoretical analysis of the phenomenon of political scandal, Thompson does not pay much attention to actual news images and the manifold ways in which they help to construct and define mediated scandal.

(...) Mediation as such thereby remains unproblematized, obscured by the presumption of visual immediacy.

Todo proceso de mediación va a significar un proceso de construcción de una narrativa que utilizará a la visibilidad como metáfora de un relato que excede a las mismas imágenes. Un relato sobre el bien y el mal dramatizado y espectacularizado al límite de perder sus vínculos con la realidad que le da sustento.

Sin embargo, la larga crítica formulada a Thompson por Andén-Papadopoulos y Widestedt es infundada. El autor tuvo en cuenta los cambios narrativos que implica la mediatización. En el paper publicado en el 2005, un año antes del trabajo de Andén-Papadopoulos y Widestedt, dice explícitamente sobre este punto:

“(..) En la mayor parte de los medios de comunicación, lo visual no es una dimensión sensorial aislada, sino que usualmente va acompañada por la palabra escrita o hablada —es decir, lo audio-visual o lo visualtextual—. La visión no es nunca una «pura visión», no es nunca un asunto de abrir los ojos simplemente y captar un objeto o suceso. Por el contrario, la visión está siempre formada por un conjunto más amplio de consideraciones culturales y marcos de referencia y por

¹³Kari Andén-Papadopoulos y Kristina Widestedt; The Mediated Visibility of Political Scandal: How a crayfish party turned a Swedish minister into a poodle; Paper presentado en la Internacional Communication Association Conference en Dresden 2006.

¹⁴Kari Andén-Papadopoulos y Kristina Widestedt; The Mediated Visibility of Political Scandal: How a crayfish party turned a Swedish minister into a poodle; Paper presentado en la Internacional Communication Association Conference en Dresden 2006.

indicaciones escritas o habladas que, por lo general, acompañan a la imagen visual y conforman la manera en la que las imágenes son vistas y entendidas.”

Es esta capacidad narrativa y discursiva de los medios o de los periodistas lo que implica un grave riesgo para la democracia. Los políticos en lo particular y el sistema político en general estarían a merced del relato dramático generado por los medios con la finalidad de vender más diarios, tener más audiencia, o aumentar el rating.

Descarto la idea de José Carreño Carlón¹⁵ sobre el conflicto intrínseco entre conglomerados multimediáticos y partidos políticos que se estaría dando en América Latina y en particular en México, en el sentido que le atribuye el autor. Este conflicto supone que mientras los primeros buscan la instauración de una democracia post-representativa, los segundos aspiran a una democracia partidocrática. “Lo que se ve es una competencia de espaldas a la sociedad, una competencia desigual entre élites políticas y élites mediáticas en las que éstas llevan todas las de ganar.” Según Carreño Carlón, más allá de ciertas colusiones entre el poder político y el mediático, la confrontación es la constante, ya que los medios de comunicación solo representan intereses privados y buscan condicionar a los gobiernos. En sus palabras:

“El poder cohesionado del complejo financiero de control de los medios concentra, (...) el control de recursos significativos para prácticamente todos los demás sectores: políticos, económicos, sociales, intelectuales, religiosos... De ellos obtiene, en un intercambio desigual, decisiones políticas y administrativas favorables, utilidades económicas correspondientes a su posición promonopólica, acompañamientos resignados o disfrutados y avales y adulaciones del sector intelectual, y mensajes de legitimación o bendiciones de las jerarquías religiosas.”¹⁶

El antagonismo entre periodistas y políticos en un sistema de democracia liberal implica siempre la búsqueda infructuosa de un equilibrio constante. Y esto más que a la propiedad o los intereses económicos o políticos de cada sector obedece más a las lógicas constitutivas y de legitimación, siguiendo el argumento de Dominique Wolton, de las prácticas políticas y de las prácticas comunicativas.

Como en el mito de Sísifo, es siempre una labor inconclusa, porque la comunicación política, como se la definió en la introducción, es un proceso abierto que nunca tiene un punto de llegada, justamente porque en su naturaleza está la confrontación entre discursos antagónicos y con legitimidades diferenciadas.

Volviendo a la idea anterior sobre el conflicto entre visibilidad y mediatización, está claro que todo proceso de construcción mediático implica siempre un tipo de arbitrariedad. La investigación empírica ha sido bastante clara en este punto (Andén-Papadopoulos y Widestedt 2006; Cepernich 2002; Donsbach 1997; Miljan y Howorun 2003; Jiménez 1994; Canel y Sanders 2005; Kroon y Ekström 2006, etc.) Pero dicha arbitrariedad es relativa ya que se da dentro de ciertos parámetros conocidos y compartidos no solo por los responsables de la construcción de las noticias sino también de los actores y consumidores de las mismas. En última instancia la construcción de las desventuras e infortunios de una reputación sigue procesos similares a los de la construcción de las épicas y grandezas de la misma.

Si la visibilidad implica poder, los procesos de pérdida de poder se traducen en una visibilidad diferenciada. Es justamente la lucha por el sentido de la visibilidad lo que constituye el núcleo de la confrontación entre políticos y periodistas. Dejando en suspenso la idea de las características culturales del ejercicio profesional periodístico, está claro que en un proceso de estigmatización social¹⁷ o de crisis de un agente, como lo definiera Luciano Elizalde, los actores políticos tienen cierta y relativa capacidad de intervención en la construcción del

¹⁵ Carreño Carlón, José; Estrategias de Comunicación Política y Democracia en Latinoamérica: Entre el poder público diluido en las democracias post representativas y la recomposición del poder caudillista en los modelos populistas; Presentado en II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC) Sevilla, 16, 17 y 18 de septiembre de 2004.

¹⁶ Carreño Carlón, José; Op. Cit; Página 10

¹⁷ Jiménez Sánchez, Fernando; Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social; Rev. Reis; 66/94.

relato. Si bien es una capacidad asimétrica, es inexacto hablar de un control absoluto de los medios de comunicación sobre la narrativa. De hecho son varios y diferenciados los medios de comunicación y los actores legitimados para expresarse sobre un asunto en particular. Varias investigaciones de casos apuntan en este sentido¹⁸.

La lucha por el sentido de la visibilidad implica el mismo tipo de confrontación que por la visibilidad misma. A menos que se sea un “actor político irracional” que disfrute de ciertas estigmatizaciones negativas, los políticos van a buscar construir en torno a su persona una imagen positiva. En todo caso, entre el oprobio público y la invisibilidad, la preferencia y la consecuencia terminan volcándose a la segunda. Invisibilidad implica entonces la pérdida de legitimidad o de la representatividad. Las luchas por una visibilidad positiva están en el núcleo de la política mediatizada de nuestros días. Como lo dice Thompson:

*Conseguir la visibilidad a través de los medios es ganar un tipo de presencia o reconocimiento en el ámbito público que puede ayudar a llamar la atención sobre la situación de uno o para anticipar una causa. Pero, de la misma manera, la incapacidad de conseguir visibilidad a través de los medios puede confinar a uno a la oscuridad y, en el peor de los casos, puede llevar a una especie de muerte por olvido. Por eso no es sorprendente que las **luchas por la visibilidad** tengan tanta importancia en nuestras sociedades actuales. La visibilidad mediada no es un instrumento a través del cual llamamos la atención de otros sobre aspectos de la vida social y política, sino que se ha convertido en el principal medio a través del cual se articulan y se llevan a cabo las luchas políticas y sociales.*¹⁹

LOS ESCÁNDALOS POLÍTICOS

Los procesos sociales de escandalización mediática tienen particularidades que le son propias. John B. Thompson²⁰ define a los escándalos como “las acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de trasgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública”. Si analizamos el concepto, vamos a encontrar en él sus principales características. Ellas son:

- Su ocurrencia implica la trasgresión de ciertos valores. Normas o códigos morales;
- Su ocurrencia o existencia implica un elemento secreto o de ocultación. Pero ello no obstante llegan a ser conocidos por individuos distintos a los directamente implicados (no participantes);
- Algunos no participantes desaprueban las acciones o los acontecimientos y pueden sentirse ofendidos por la trasgresión;
- Algunos no participantes expresan su desaprobación denunciando públicamente
- La revelación de los acontecimientos y la condena que recae sobre la conducta puede dañar la reputación de los individuos responsables

En primer lugar, la trasgresión a ciertos valores nos está hablando por un lado de las teorías sobre la sanción social y por el otro lado sobre la relatividad y la contextualización de las normas. Los valores y las normas muestran diferentes grados de “susceptibilidad al escándalo” en función del contexto socio-histórico, de la atmósfera moral y cultural de la época y de la importancia que los individuos den a las normas o valores en juego (capacidad vinculante).

Los escándalos nos afectan a todos, pero los escándalos mediáticos solo a aquellos que tienen una alta visibilidad pública y construyen su capital simbólico y su poder a través de dicha visibilidad. En este sentido, por un lado el contexto liberal-democrático supone igualdad

¹⁸ Es paradigmática la diferencia de estrategias en los actores en el caso de Jan O. Karlsson en Suecia en el escándalo conocido como “The crayfish party” (Andén-Papadopoulos y Widedstedt 2006) y el escándalo de sobornos en el Senado Argentino (Peruzotti 2003; Riorda y Cabás 2005)

¹⁹ Thompson, John B.; La nueva visibilidad; Rev. Papers Nro. 78; 2005.

²⁰ Thompson, John B.; El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación; Editorial Paidós; Barcelona; 2001.

jurídica y procedimental para todos los individuos. Por lo que cualquier agente se puede enfrentar a un escándalo. Incluso la Reina de Inglaterra en los tabloides sensacionalistas.

Los tres tipos de escándalos²¹ analizados por Thompson implican la trasgresión de códigos de conductas susceptibles de ser escandalizados. Ellas son: (1) Las normas y los códigos morales de las conductas sexuales; (2) Las que respaldan las transacciones financieras, cuando implican un fraude o una corrupción grave y las reglas, y (3) Las convenciones y procedimientos que regulan la búsqueda y el ejercicio del poder político.

Ekström, Mats y Johansson, Bengt en el paper “Talk scandals” presentado en la Conferencia Anual de la ICA en San Francisco del 2006, hablan de un cuarto tipo de escándalo denominado por los autores como “Talk scandals”. Si bien la categorización es pertinente y profundiza el modelo de Thompson, sigo la clasificación clásica que está presente en la mayoría de los trabajos al respecto.

¿Porqué los escándalos políticos adquirieron en las últimas décadas una creciente relevancia y frecuencia?

Descartada la idea que los políticos actuales sean menos decorosos u honestos que antes, Thompson²² ensaya tres posibles razones para ello, vinculadas a profundos cambios que se dieron en la sociedad en las últimas décadas.

El primer cambio está vinculado a los cambios en las tecnologías de la comunicación y la vigilancia que “hacen cada vez más difícil tejer un velo de privacidad alrededor de la conducta privada de los líderes políticos y otras figuras públicas”. Si bien la idea de Reg Whitaker²³ sobre el fin de la privacidad ha llevado muy lejos los términos, es claro que el incremento de las filtraciones de lo privado a lo público posibilitado por las nuevas tecnologías del espionaje, la vigilancia, la divulgación y la construcción literaria de las noticias, pueden hacer que determinadas conductas “secretas” se conviertan en eventos altamente visibles. “Las condiciones sociales de la privacidad están cambiando de modo fundamental. Las nuevas tecnologías han creado poderosos medios para oír a escondidas.”

El segundo factor es el cambio de la cultura periodística. A fines del siglo XIX el periodismo se convierte en una profesión con características y técnicas de producción diferenciadas. Si bien el periodismo “amarillo” inclinado a la búsqueda de eventos potencialmente escandalosos tuvo un temprano origen, fue en el efervescente clima político de los años sesenta, cuando la cultura crítica dio el marco apropiado para el desarrollo del “periodismo de investigación”. El caso “Watergate” constituyó el ethos fundante de una “nueva” forma de hacer periodismo que contribuyó en gran medida a crear un clima de escepticismo y desconfianza hacia los políticos: “nadie, ni siquiera el Presidente, está libre de sospecha”.

El tercer y último factor reseñado por Thompson es el cambio en la cultura política, con la gradual declinación de los partidos de bases clasistas y la búsqueda de los líderes políticos de luchar por el apoyo de votantes cada vez menos comprometidos. Lo que Thompson denomina la decadencia de la “política ideológica” y el ascenso de la “política de la confianza”. Caracterizada esta última por una lucha basada en programas específicos de políticas públicas y donde la credibilidad, el carácter y la confiabilidad se convierten en los atributos más relevantes para los votantes y en la mejor garantía del cumplimiento de las promesas.

Los desacuerdos sobre principios básicos de la política son menos relevantes y los partidos buscan otros medios para diferenciarse. Entonces, “las debilidades de carácter de sus opositores y la infracción de códigos de conducta se convierten en potentes armas en la lucha política”.

“Puesto que los escándalos se convierten en una prueba de credibilidad para la confianza política y puesto que las cuestiones de reputación y prestigio se mezclan cada vez más en las luchas

²¹

²² Thompson, John B.; El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación; Editorial Paidós; Barcelona; 2001. /Thompson, John B.; La transformación de la visibilidad; Estudios Políticos; Nro. 90; otoño 2003.

²³ Whitaker, Reg; The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality; The New Press; Nueva Cork; 1999.

partidarias, los sucesos escandalosos tienden a tener un efecto acumulativo: el escándalo alimenta al escándalo, precisamente porque cada escándalo además concentra su foco sobre la credibilidad y fiabilidad de los líderes. El efecto acumulativo del escándalo se incorpora al ciclo electoral, en la medida en que los partidos y los futuros líderes utilizan los fracasos anteriores de credibilidad como base para construir sus propias campañas electorales”²⁴.

Esto expirala los procesos de desafección política y cinismo ciudadano que repercute en la legitimidad de la democracia. El slogan de campaña de Clinton: “la Administración más ética” fue el mismo parámetro con el que se lo juzgó por el incidente Lewinsky. Al elevar los marcos morales a partir de los construyó su reputación, también elevó las pautas éticas desde las cuales se lo juzgó en sus comportamientos posteriores.

En Argentina, De la Rúa constituye un caso paradigmático. Su estrategia de campaña o de visualización y búsqueda de legitimidad se basó en el slogan: “Se acabó la fiesta/corrupción”. Cuando los escándalos de corrupción empezaron a sucederse, el gobierno carecía de la resiliencia del período anterior caracterizado por altos niveles de corrupción. No es casual que la escandalización de la corrupción se haya dado en un contexto de debilitamiento del Estado, de privatizaciones generalizadas, de aumento del desempleo, de endeudamiento elevado y de precarización del tejido social que en Argentina había sido por años inclusivo y contenedor. El proceso social de escandalización se da en ese contexto como un mecanismo de repudio o de deslegitimación de aquellos con el poder de mandar. Síntoma de una molestia, la escandalización social acompaña las preocupaciones de la opinión pública y la agenda de los medios.

Cuando hablamos de transgresión de ciertas normas entramos a una zona gris de disputa por imponer determinadas escalas de valores. Los valores no necesariamente generan un consenso general o amplio, ni la gente organiza su vida en torno a ellos. Al contrario, los valores y las normas son con frecuencia polémicos en la vida social, son elementos a los que algunas personas adhieren y otras rechazan. La aparición de un escándalo se asocia a menudo con un proceso de “moralización” más amplio mediante el cual aquellos que denuncian por escandalosa la acción se adhieren o se reafirman en la observación de ciertos valores o normas.

Los no participantes deben desaprobare y sentir que el comportamiento es indigno moralmente. Por medio de la desaprobación pública, el juicio social restituye la validez de la norma.

Los escándalos revisten especial interés en nuestras democracias, porque ellos condensan procesos normativización y de control social. Como dice Neckel:

Thus the topic “scandal” also raises numerous interesting questions in regard to theories of civilization. Scandal could be regarded as a civilizational indicator for the historical process of moral development and the kind of potential a society has for conflict and violence. Only those things can become political scandals that have been accepted as norms in the public consciousness of the majority.

Furthermore political scandal can be regarded as an exemplary form of “conflict” in a strictly sociological sense of the word (cf. Coser 1956), because it expresses opposing social claims to the validity of norms and the course of scandals is shaped by the competing courses of actions typical for conflicts and in which instruments of power are used to try to defeat the opponent. A type of conflict like political scandal, however, only becomes possible once a distinct level of absence of violence in social conflicts has been reached in society. The legitimation of ruling powers in liberal democracies is essentially based on the ability to achieve agreement to their measures without the use of violence. Similarly the creation of scandals is a political technique which is only conceivable under the condition that non-violent delegitimation of political power is possible.²⁵

El fenómeno del escándalo está constituido por actos y por discursos: por los actos de transgresión y por los actos de habla de terceras personas que responden a esos actos con las

²⁴ Thompson, John B.; La nueva visibilidad; Rev. Papers Nro. 78; 2005.

²⁵ Neckel, Sigward; Political Scandals. An Analytical Framework; Comparative Sociology; Vol. 4; issue 1-2; Leiden; 2005.

adecuadas formas de expresión. Los discursos (las respuestas públicas) constituyen (son) el escándalo (rol performativo del repudio-J.L. Austin).

Para que el escándalo sea público, al menos una parte del “discurso infamante” debe elevarse a la categoría de acto de habla público en los medios de comunicación. Los rumores juegan en esto un papel clave.

Llegamos entonces a los discursos y por ende a la comunicación política, constituida por esos actos de habla. Este marco discursivo tiene dos características: a) hay una disputa por el significado de los valores; y b) hay un proceso de sanción social que “sutura” por medio de la “estigmatización del agente” cuya reputación ha sido puesta en el “banquillo de los acusados”; o peor aún con la “estigmatización institucional” (cuya conclusión es: “Todo el sistema es corrupto”).

Durante los escándalos, la reputación de los involucrados se pone en riesgo. Se establece una contienda por el “buen nombre” que va más allá de la mera sanción judicial por el comportamiento desviado. La reputación (honorabilidad, capital simbólico, poder) es un género de recurso que los individuos pueden acumular, cultivar y proteger. Es un recurso valioso porque permite a los individuos ejercer el “poder simbólico”; es decir, utilizar formas simbólicas para intervenir e influir en el curso de las acciones (poder). Es un recurso escaso cuya acumulación puede llevar mucho tiempo y costar grandes esfuerzos; es también un recurso frágil que puede agotarse rápidamente y que debe protegerse contra ataques o acontecimiento que amenacen con reducirlo o destruirlo²⁶.

Como dice Thompson, los actores políticos deben actuar cada vez más en un ambiente informativo *más intenso* (por la cantidad de flujo de información y de organizaciones y redes comunicacionales), *más extenso* (la variedad de individuos alcanzados por las redes informativas es mucho mayor) y *menos controlable* (la proliferación de formas mediáticas de comunicación hace más difícil tejer un velo de confidencialidad a las actividades de los políticos).

DEL ESCÁNDALO MEDIÁTICO A LA REPUTACIÓN DEL ACTOR Y DE LA REPUTACIÓN A LA DESLEGITIMACIÓN DEL SISTEMA POLÍTICO

Intentar responder a la pregunta inicial, es decir: ¿La presencia de escándalos políticos afectan la legitimidad del sistema democrático?, implica precisar el sentido de dos relaciones. Aquella que va del escándalo en los medios de comunicación masivos al incremento de la imagen negativa (o a la construcción de una reputación negativa o adversa) del actor político individual. Y por otro lado, el “contagio” de la pérdida de legitimidad del actor individual al sistema político en su conjunto.

Si bien se puede argumentar que el tratamiento específico que cada escándalo en particular tiene en un contexto comunicativo, permite observar el sentido que los medios de comunicación le atribuyen a las instituciones democráticas; creo que más relevante para la trasfusión del prestigio es la narrativa que resulta del proceso de estigmatización del actor que el sistema lleva a cabo.

Es claro que desde un análisis semiótico se puede observar que en la narrativa que construyen los medios de la visibilidad del escándalo operan atribuciones de sentido a las instituciones democráticas (Justicia, Parlamento, Partidos Políticos, Poder Ejecutivo, etc.). Sin embargo, un análisis de contenido en esa dirección puede exagerar la relevancia del proceso, sin tener en cuenta que es el resultado (o el estigma encarnado, en el actor o en la institución) lo que sutura la herida del escándalo y deja la “enseñanza moral”. En última instancia, el mismo proceso de resolución de discursos contradictorios de las sociedades democráticas implica la disonancia y el juego de contrapesos del debido proceso. Extraer conclusiones apresuradas

²⁶ Elizalde, Luciano H.; Estrategias en las crisis públicas: la función de la comunicación; La Crujía; Buenos Aires; 2004

sobre el impacto en las evaluaciones de la opinión pública sobre las instituciones democráticas durante el proceso de escandalización puede conducir a errores.

Si se pudiera medir el impacto en la opinión pública sobre la percepción de legitimidad de las instituciones democráticas, esta medición debería ser posterior a la estigmatización.

La estigmatización es la fase final del proceso de escandalización²⁷. Es como lo define Sherman “la fase (...) del veredicto de la comunidad, el juicio de la audiencia acerca del significado del drama moral del escándalo”. La estigmatización es la cicatriz moral que queda en el actor o en la institución, el cartel que indica la categoría moral de la persona que se colocaba en la picota sobre el cuerpo, objeto del juicio colectivo. Los procesos de estigmatización no siempre son adversos. Va a depender de la construcción discursiva que resulte del proceso comunicativo.

Existen tres posibles estigmatizaciones: a) la del actor, b) la de la institución o c) la de ambos. Estas estigmatizaciones están vinculadas a las dos relaciones formuladas previamente. La que va del escándalo a la reputación del actor y la que vincula la reputación del actor con la legitimidad del sistema.

En las investigaciones llevadas a cabo en el área se observa que si bien la primera relación se encuentra ampliamente documentada (Funkl, 1996; Kuschick, 2006; Gerber, Parlan y Bergan, 2007; Sowers, Thomas y Nelson, James²⁸) y se puede hablar de la existencia de una correlación, los datos no son exhaustivos en la segunda vinculación.

Carolyn Funk en su investigación sobre el impacto de los escándalos en las evaluaciones del carácter de los candidatos llegó a tres conclusiones. La primera es que la presencia del escándalo impacta negativamente en la imagen del político. Este impacto presenta diferente gradualidad según los dos tipos de evaluados por la investigadora (infidelidad matrimonial o escándalos de códigos normativos sexuales y evasión impositiva o escándalos de corrupción). La evasión impositiva fue juzgada peor que la infidelidad matrimonial. La segunda conclusión se refiere a que los atributos previos de los candidatos afectaron la imagen resultante posterior al escándalo. Aquellos que son percibidos como gestores altamente competentes sufrieron una merma de imagen menor a aquellos que presentan solo una imagen de calidez humana y poca competitividad en la gestión. Por último, las competencias de la audiencia (ciudadanos) afectan también a la evaluación. Aquellos sujetos con mayor conocimiento de la política tendieron a obviar el escándalo sexual en los líderes políticos competentes y a tenerlos en cuenta en los políticos con atributos de calidez humana. Mientras que los sujetos con poco conocimiento de la política tendieron a considerar ambos escándalos por igual.

Volviendo a la segunda relación, en los estudios sobre el impacto de los escándalos en las instituciones es necesario precisar en qué sentido se entiende la deslegitimación del sistema, y generalmente esto se hace vagamente. Las investigaciones empíricas suelen basarse en distintos criterios a la hora de evaluar las variables y hay una creciente influencia de variables contextuales como las económicas y/o la presencia de gobiernos divididos que complejizan el análisis.

Que un funcionario vaya preso, con las condiciones judiciales garantizadas y una pena acorde a su infracción, no debilita al sistema político. Al contrario, lo puede fortalecer. Pero al subir el sujeto de la estigmatización en la jerarquía institucional, esta estigmatización puede tornar crítica la situación institucional. A modo de ejemplo se puede mencionar el affaire Watergate sufrido por Nixon. La renuncia lo estigmatizó como “el peor presidente de la historia”. Y quizás no fue de los peores, ni el único presidente norteamericano que haya estado al corriente o participado de algún acontecimiento delictivo. Pero no me corresponde evaluar a Nixon.

²⁷ Para un excelente análisis de las fases del escándalo, vease Jiménez Sánchez, Fernando; Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social; Rev. Reis; 66/94.

²⁸ Sowers, Thomas y Nelson, James P.; The Timing of Presidential Scandals: The Role of Economics, Divided Government and the Media; Lamar University; Department of Political Science.

Solo diré que tuvo la mala fortuna de que la opinión pública y la prensa se posaran sobre sus acciones no santas. A su vez, la renuncia de Nixon evito el desgaste institucional o la estigmatización (deslegitimación) a la que el enfrentamiento entre los tres poderes pudo haber llevado. Haciendo un paralelismo, no exento de cierta inoportunidad, la crisis de las coimas en el Senado Argentino, significó un enfrentamiento entre los tres poderes: Poder Ejecutivo (Chacho Álvarez); Poder Legislativo (Senadores peronistas y radicales) y Poder Judicial (Juez Liporacci que sufría, mientras se desarrollaba el escándalo, un intento de juicio político del Senado por corrupción). La peligrosa demanda del “Que se vayan todos” (peligrosa porque siempre alguien queda) empezó a tomar fuerza silenciosamente en este feroz proceso de deslegitimación institucional.

Existen, sin embargo, otras formas de observar, menos especulativas y más empíricas, los efectos de los escándalos mediáticos. Siguiendo a Fernando Jiménez se pueden enumerar las siguientes investigaciones: Fackler y Lin (1995) en un estudio longitudinal en Estados Unidos, dicen que los cambios en la forma de considerar la corrupción ocurrieron a partir de la década de 1930 en función de la despersonalización y de la des-clientelización de la vida social. Estos procesos de modernización, junto con el pionero y gran desarrollo de los medios de comunicación de masas empezaron a colocar a los actos de corrupción de los líderes políticos en el centro de la escena.

Sin embargo, como Víctor Pérez Díaz (1996) lo señala, sin desmerecer el papel de los medios de comunicación; éstos no son los agentes más relevantes en este proceso. La sensibilidad hacia la norma infringida está distribuida en función de la distinta composición social de los electorados. Y son estas disposiciones las que marcan la pauta de una distinta sensibilidad moral. En la misma línea, Funk y Stoker dicen que además de estas previas diferencias en las disposiciones morales hay diferentes formas de incorporar la información negativa sobre el escándalo. Entre ellas, Gary Hart señala la valoración positiva a partir de rasgos de la personalidad o por criterios programáticos y partidistas a los que el ciudadano adscribe. Esta investigación se encuentra en la línea de los estudios experimentales de Carolyn Funk.

Rundquist (1977) por su parte, señala que la evaluación que los votantes hacen de sus representantes en momentos de crisis, está influida por el tipo de relación de intercambio (o las normas de reciprocidad, como se abordará más adelante) que establecen entre ellos. Es decir, el intercambio implícito de la representación, que podría resumirse así: “Tolero cierto grado de escandalización siempre que me garanticen estabilidad económica. Si no me garantizan estabilidad económica, dejo de tolerar los escándalos”.

Por último, estudios pioneros en lengua castellana como los de Fernando Jiménez y Miguel Caínzos señalan que existen una serie de factores que posibilitan que los escándalos de corrupción tengan algún efecto en lo electoral. Dichos factores son los siguientes:

- Conocimiento: el votante ha de tener alguna información sobre el escándalo;
- Evaluación negativa: el conocimiento del asunto o asuntos debe generarle descontento y rechazo, ya sea por razones utilitarias o normativas;
- Atribución de responsabilidad: el votante ha de poder responsabilizar directa o indirectamente por tales hechos a alguno de los partidos o candidatos que compitan en la elección;
- Atribución de relevancia: el votante ha de colocar la corrupción en una posición alta en su jerarquía de las preocupaciones públicas, es decir, en su percepción de la agenda pública;
- Visualización de una alternativa: el votante tiene que estar dispuesto a votar por un partido o un candidato de la oposición o, al menos, no ha de tener gran temor o preocupación ante la perspectiva de una victoria de tal candidato o partido; y
- Consistencia entre actitudes y comportamiento: el comportamiento del votante ante la urna habrá de ser coherente con todas estas orientaciones previas.

Salvo la última, que es un requisito extensivo a todos los estudios conductistas habidos y por haber, estos factores son importantes a la hora de analizar los contextos comunicativos en los cuales se dan los escándalos. Un escándalo será más profundo, cuando haya una oposición fuerte capaz de canalizar el descontento y de incorporar nuevos actos de habla al escenario comunicativo que fuerce al oficialismo a exponerse con un nuevo discurso en la arena mediática.

LOS ESCÁNDALOS POLÍTICOS: INSTITUCIONES SOCIALES DE LAS DEMOCRACIAS REPRESENTATIVAS

¿Podemos entonces hablar de escándalos en los sistemas políticos autoritarios y/o dictatoriales? Según la perspectiva que adoptemos, es decir en qué sentido entendamos al escándalo político, podremos decir una cosa o la otra. Entre aquellos que afirman la existencia de los escándalos políticos solamente en las democracias liberales se encuentran Sighard Neckel, Thompson B., Dominique Wolton y Maricela Portillo entre otros.

Neckel en su análisis sociológico de los escándalos tiene en cuenta la posibilidad de la resolución de conflictos intra-elites a través de procesos de escandalización “propagandísticos”:

“(...) the set of social roles in society must have achieved functional differentiation; power and control bodies in politics must not coincide. That is why there are no political scandals in dictatorships, with the possible exception of those that the ruling powers publicly stage themselves because of internal power struggles. The absence of political scandals is no evidence for the moral superiority of the political staff – quite the contrary. Where there is no scandal, there is strict control of opinions, repression and boredom and, at best, that form of sociality for which German sociologists have used the term “Gemeinschaft” (community) as opposed to “Gesellschaft” (society).”²⁹

Para Neckel solo en las democracias liberales se dan las condiciones necesarias para el escándalo mediático. No pudo haber escándalos antes de la existencia de la sociedad burguesa y de la pretensión de las instituciones estatales de representar los intereses generales.

El concepto de escándalo utilizado por Neckel es el mismo que el de Thompson. Se requiere la presencia de la violación de la norma y del conocimiento público de dicha violación. En este caso, la opinión pública juega el rol de árbitro entre dos grupos de poder enfrentados por la legitimidad de su posición social.

Al intentar dar una razón sobre el porqué del crecimiento de los escándalos en las democracias liberales, Neckel abrevia, sin mencionarlo, de la segunda de las tres contradicciones de la comunicación política contemporánea³⁰ desarrolladas por Dominique Wolton³¹. Esta segunda contradicción se refiere al desfase entre los tiempos de la política y los tiempos de los medios de comunicación. Como dice Maricella Portillo, referenciando a Wolton:

“La simplificación de los debates públicos no deriva en la simplificación mediática de los problemas. (...) la fuerza y la fragilidad de la comunicación política son la gestión contradictoria de las dos escalas de tiempo constitutivas de la política: la del acontecimiento y la de la estructura (...) Cuanto más domina el acontecimiento, tanto más debe conservar el largo plazo. Pues es en la intersección de ambos donde se estructura la comunicación política: en el tiempo breve de las comunicaciones y de los sucesos y el tiempo largo de la política y la historia.”³²

Esta contradicción a la que hace referencia Neckel entre los cortos tiempos de los rituales políticos (mediatizados) y los problemas políticos de largo tiempo tiene su origen en el hecho

²⁹ Neckel, Sighard; Political Scandals. An Analytical Framework; Comparative Sociology; Vol. 4; issue 1-2; Leiden; 2005.

³⁰ La primera contradicción hace referencia a la disputa por el espacio público entre periodistas, políticos y opinión pública y la tercera contradicción se da entre la experiencia (ciudadano común) y la representación (centros de poder).

³¹ Wolton, Dominique; Las contradicciones de la comunicación política; en Gauthier, Gilles; Gosselin, André; Mouchon, Jean (comps.); Comunicación y Política; Gedisa; Barcelona; 1998.

³² Portillo, Maricela; Mediatización del ejercicio del poder. Videoescándalos y política; Revista Mexicana de Comunicación; Nro. 87; junio-julio 2004.

de que los desarrollos de las técnicas para adquirir y preservar el poder se han independizado de los fines objetivos de la política.

Desde esta perspectiva los escándalos son un efecto no deseado de las reglas simbólicas de la representación política en sociedades en las que la distribución del poder es inequitativa.

They are triggered off when it becomes public that politicians, institutions, associations or parties violate norms which they themselves claim to ensure; when moral obligations are violated by those who, as political representatives, represent the principle of moral obligation towards society as a whole. The bodies of political power – the state and its representatives – do not necessarily vouch for the contents of certain moral obligations; these could change without affecting the legitimacy of political power. The essential point is that the state bases its normative validity claims on the guarantee of a certain formal principle of morality³³.

Los representantes políticos son sujetos de una obligación moral porque ellos representan el principio mismo de la obligación. Es por ello que son particularmente proclives al escándalo, más allá de la visibilidad de lo público que encarnan. Los escándalos políticos implican un dilema sistemático e inherente de la democracia representativa liberal: el status especial que otorga el poder político de la legitimidad representativa es al mismo tiempo la vara con la cual los políticos son juzgados. El status de oportunidad del poder político deviene en un “status trap”.

El concepto de representación se encuentra vinculado al proceso de delegación. Neckel, siguiendo el argumento de Pierre Bourdieu, argumenta que el poder político en las democracias solamente puede ser ejercido legítimamente cuando es capaz de crear una imagen de que su violencia está autorizada y es proporcional y justamente aplicada. Para este propósito el poder representativo debe crear la doble impresión de que la delegación de poder no solo debe ser incuestionablemente necesaria sino que también está delegado en las mejores manos.

Los políticos en sus discursos y en sus hábitos de representatividad se apropian de los valores universales de una sociedad y monopolizan la moralidad colectiva. Al hacer esto, al mismo tiempo trazan una línea entre ellos mismos y los ciudadanos comunes. El político como persona es transformado en una figura cuasi trascendental de la ley. Al equipararse ellos mismos con la dignidad pública mistifican a sus propias personas. Por ello, los escándalos políticos son el producto de un proceso selectivo de aplicación de ciertas normas y valores de la “clase política” a sus mismos agentes.

El escándalo más que la violación en sí misma de la norma, es la infracción de las obligaciones del estatus político que los políticos reclaman para sí mismos. Es decir, la violación de las “normas de reciprocidad” entre los representantes y los representados.

La opinión pública reacciona sancionando a través de las reglas de juego del poder, es decir de las elecciones. Si bien el proceso de escandalización puede provocar cambios en la legitimidad de la autoridad política, serán las elecciones el momento adecuado para modificar la estructura de poder de los grupos en disputa.

Sin embargo esta sanción individual generada por el escándalo no se traduce en un desprestigio de la norma o de la institución, por el contrario, como afirma Neckel:

This vote of no confidence refers mainly to individuals and not to the political system itself because the moral duties taken over by the power figures are proclaimed to be personal ones which are therefore only personally attributable.

En última instancia, los escándalos políticos son un mecanismo de control social informal que vincula las relaciones sociales de las competencias de los grupos de poder al mismo tiempo que sirve a la función de regulación moral de la política y hace posible el mantenimiento de la reproducción simbólica de las condiciones de poder. Los escándalos representan una institución social: ellos proveen una determinación normativa de la dirección en la cual determinados conflictos normativos de la política deben ser encauzados, limitan el contenido y las formas de dichos conflictos; por lo cual contribuyen a la integración social.

³³ Neckel, Sigward; Political Scandals. An Analytical Framework; Comparative Sociology; Vol. 4; issue 1-2; Leiden; 2005.

Desde la perspectiva de Neckel, los escándalos políticos contribuyen a la consolidación de las reglas de delegación del poder político, precisamente anulando (temporalmente) dichas reglas. Antes que contribuir a la anomia social o al cinismo, los escándalos son mecanismos que contribuyen a la función de mantenimiento de la estabilidad social.

CONCLUSIÓN

Comparto con Bowler y Karp que la opinión pública en la mayoría de las democracias está mostrando un declive en la confianza hacia los políticos. Es difícil argumentar que dicha merma obedezca en todos lados y en todos los casos a la presencia de escándalos políticos. Entre las causas del descontento o la desafección existen muchas que no son controladas por los dirigentes o tienen un control muy bajo de las mismas; como las coberturas periodísticas, la cultura posmoderna, la situación internacional de la economía, la falta de mecanismos de participación, etc. Asimismo es difícil defender el argumento opuesto; es decir que la persistencia de escándalos políticos no afecta a la legitimidad del sistema. Como dicen los autores mencionados:

Along with the decline in regard for government many, if not most, major democracies have experienced a series of high profile scandals over the previous generation and while politicians themselves may blame yellow journalism or Hollywood or the lack of social capital it is probably time to look more closely at the actions of politicians themselves.

Los votantes tenderán a castigar más duramente los comportamientos escandalosos que los comportamientos correctos. Los escándalos parecieran ser un fenómeno inevitable en sociedades con sistemas políticos representativos y liberales. Sin embargo estos no significan solo resultados adverso o “externalidades negativas” para el sistema. Por el contrario representan también mecanismos de control social que aseguran la estabilidad del sistema y la normativización (o moralización) de las sociedades. Por otro lado, algunos los observan como mecanismos de accountability vertical en la esfera mediática que aseguran el debate público y garantiza la alternancia en el gobierno a través del comportamiento del votante. Asimismo, como dice Neckel, pueden contribuir a plantear nuevas normas en la esfera pública que no estaban reguladas previamente y que la activa participación de la “audiencia activa” las colocan en el centro de la escena. Difícilmente los medios inventen completamente un escándalo sin tener en cuenta las preferencias, posiciones, sentimientos y conocimientos de la población.

Este estudio no deja de ser una aproximación parcial a la temática de los escándalos políticos. Muchas dimensiones y aspectos del análisis no han sido tenidos en cuenta. Así mismo, la elaboración de modelos se contraponen a los abundantes estudios de casos. Mientras los segundos suelen tener un grado relevante de profundidad, la diversidad de variables tenidas en cuenta entre ellos no permiten la construcción de modelos comparativos que posibiliten la construcción de modelos analíticos más amplios. Considero que los trabajos de Thompson, Jiménez y Neckel son los que más han avanzado en la búsqueda de una sistematicidad y coherencia integral en el abordaje de los escándalos. Asimismo, si bien presentan algunas contradicciones, muchos de sus postulados pueden ser integrados en un mismo marco comprensivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Bowler, Shaun y Karp Jeffrey A.; *Politicians, Scandals, and Trust in Government*; Rev. Political Behavior; Vol. 26 Nro. 3; Septiembre 2004.
- Cabás Pablo Ariel; *La contribución de los rumores en los escándalos políticos*; Revista Espacios Políticos; Año 6; Nro. 3; Rosario.
- Canel, María José y Sanders, Karen; *El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono*; Rev. Análisi 32; 2005.

Carreño Carlón, José; *Estrategias de Comunicación Política y Democracia en Latinoamérica: Entre el poder público diluido en las democracias post representativas y la recomposición del poder caudillista en los modelos populistas*; Presentado en II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC) Sevilla, 16, 17 y 18 de septiembre de 2004.

Cepernich, Christopher; *Media and Political scandals in Italy. Mistrust on the ground of antipolitics*; paper to be presented at workshop “Antipolitics and the media” 29a ECPR Joint Session Torino; March 22-27, 2002.

Donsbach, Wolfgang; *Shared Realities’ in Political Communication. Production, Effects and Functions of Political Media Coverage*; Workshop Confidence in Democratic Institutions: America in Comparative Perspective organized by John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Washington, DC, August 1997

Edelman, Murray; *La construcción del espectáculo político*; Manantial; Buenos Aires; 1991.

Ekström, Mats y Johansson, Bengt; *Talks scandals*; Paper presentado en la ICA’S Annual Conference; San Francisco; Mayo 24 – 28; 2006.

Elizalde, Luciano H.; *Estrategias en las crisis públicas: la función de la comunicación*; La Crujía; Buenos Aires; 2004

Funk, Carolyn L.; *The impact of scandal on candidate evaluations: An Experimental Test of The Role of Candidate Traits*; Political Behavior; Vol. 18; N°1; 1996.

Garment, Suzanne; *Scandal*; Crown; 1991.

Gerber, Alan; Karlan, Dean y Bergan, Daniel; *Does the Media Matter? A Field Experiment Measuring the Effect of Newspapers on Voting Behavior and Political Opinions*; April; 2007.

Groelinga, Tim; Baumb, Matthew A y Haseltonc, Martie; *Political Scandal, Gender, and Tabloid News: An Experimental Examination of the Evolutionary Origins of Consumer Preferences for Scandalous News*;

Herrick, Rebekah L y Moore, Michael K.; *The Public’s Need For Ethical Lawmakers: An Examination of the Linkage Between Political Scandals and Public Support for Congress*; Prepared for delivery at the annual meeting of the American Political Science Association, Washington, DC, August 31 - September 2, 2000.

Heredia, Juan Mora y Rodríguez Guillén, Raúl; *Entre los escándalos mediáticos y la antipolítica*; Rev. El cotidiano; Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco; DF, México; 2004.

Izurieta, Roberto; *Cómo comunicarse con los ciudadanos indiferentes*; en “Cambiando la escucha. Comunicación presidencial para ciudadanos indiferentes”; La Crujía Ediciones; Buenos Aires; 2005.

Izurieta, Roberto; Peria, Rubén y Arterton, Christopher; *Estrategias de comunicación para Gobiernos*; La Crujía Ediciones; Buenos Aires; 2003.

Jiménez, Fernando; *La batalla por la opinión pública en el escándalo político; Estudio de un caso en La España Contemporánea*; Estudio/Working Paper 1994/ Noviembre 1994.

Jiménez, Fernando; *Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social*.

Jiménez, Fernando; *The Politics of Scandal in Spain. Morality Plays, Social Trust, and the Battle for Public Opinion*; American Behavioral Scientist, Vol. 47 N° 8; Abril 2004.

Jimenez, Fernando y Caínzos, Miguel; *La repercusión electoral de los escándalos políticos. Alcances y condiciones*; Revista Española de Ciencia Política; Nro. 10; Abril; 2004.

Johnston, Michael; *The Elite Culture of Corruption in American Politics*; Hamilton, New York 13346 USA

Kari Andén-Papadopoulos y Kristina Widestedt; *The Mediated Visibility of Political Scandal: How a crayfish party turned a Swedish minister into a poodle*; Paper presentado en la Internacional Communication Association Conference en Dresden 2006.

Kroon, Åsa y Ekström, Mats; *Vulnerable woman, raging bull or mannish maniac? Gender differences in the visualization of political scandals*; Submitted to The Visual Communication Division at ICA'S Annual Conference in San Francisco May 24-28, 2006.

Kushick, Murilo; *Encuesta de opinion, imagen y cambio de actitud*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales; enero - abril año/vol XLVIII, numero 196. Universidad Nacional Autónoma de México. DF, México pp. 143 - 157; 2006

Manin, B.; *Los principios del gobierno representativo*; cap. 5; Alianza, Madrid; 1998.

Miljan, Lydia y Howorun, Cristina; *Does Ownership Matter? The Effects of Ownership on the Coverage of Political Scandals*. Department of Political Science, University of Windsor Windsor, Ontario Canada N9B 3P4. In Hollinger and CanWest Owned Newspapers

Morató, Javier del Rey; *Democracia y Posmodernidad. Teoría general de la información*; Editorial Complutense.

Montero, José Ramón ; Gunther Richard y Torcal, Mariano; *Actitudes hacia la democracia en España: Legitimidad, descontento y desafección*;

Murray, Edelman; *La construcción del espectáculo político*; Editorial Manantial; Buenos Aires; 1991 (Capítulo 2: La construcción y los usos de los problemas sociales).

Nazzari, Kátia Rosana y Garay Barra, Daniela Alicia; *Legitimidad y Opinión Pública. La desafección Política de los jóvenes en Brasil*; I Congreso Latinoamericano de WAPOR. "Opinión Pública, conflicto social y orden público". Colonia del Sacramento, Uruguay; Mesa: Cultura política y opinión pública; Abril 12 - 14, 2007.

Neckel, Sigward; *Political Scandals. An Analytical Framework*; Comparative Sociology; Vol. 4; issue 1-2; Leiden; 2005.

Noelle – Newman, Elizabeth; *La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública*; en El nuevo espacio público (WOLTON, Ferry y otros comp.); Editorial Gedisa; Barcelona; 1995.

Noelle – Newman, Elizabeth; *La espiral del silencio. Opinión Pública; nuestra piel social*; Editorial Paidós; Barcelona.

Norris, Pippa; *Blaming the Messenger? Television and Civic Malaise*; Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Cambridge, MA, 02138.

Nyhan, Brendan; *Does divided government increase presidential scandal?*; August 27, 2007

Ossa S. Carlos; *La máquina de Gastar*; Facultad de Comunicación y Diseño Universidad Mayor; Santiago de Chile: 28 – 29 y 30 de junio 2006.

Palmer, Jerry. *Political scandal*.

Peruzzotti, Enrique; *Civic engagement in Argentina from The Human rights movement to the "Cacerolazo"*

Peruzzotti, Enrique; *Media scandals and societal accountability. Assessing the role of the senate scandal in Argentina*; Paper preparado para la Conferencia Estrategias de Accountability Social en América Latina. Acciones legales, medios de comunicación y movilización; Buenos Aires; Abril 2003.

Portillo, Maricela; *Mediatización del ejercicio del poder. Videoescándalos y política*; Revista Mexicana de Comunicación; Nro. 87; junio-julio 2004.

Raventós, Cisma; *Más allá del escándalo: bases políticas e institucionales de la corrupción en Costa Rica*; Revista Centroamericana de Ciencias Sociales. N.º 3. Vol. II, Julio 2005.

Riorda, Mario; *Hacia un modelo de comunicación Gubernamental para el Consenso*; "La Construcción del consenso: Gestión de la Comunicación Gubernamental"; Editorial La Crujía; Buenos Aires; 2006.

Riorda, Mario y Cabàs, Pablo; "Si los rojos no fueran tan rojos: la gestión de la comunicación de crisis del Gobierno de la Alianza"; Revista SAAP; Volumen 2 Nro. 2; Setiembre 2005; Buenos Aires

Ruiz Franco, Rosario; García Haro, Martha; De Las Heras Herrero, Beatriz y Rivera Jiménez; Nuria; *El Caso Watergate en la prensa española: ¿Escándalo o conspiración?* Historia y Comunicación Social Vol. 7 (2002) 217-252

Sarlo, Beatriz; Instantáneas. *Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*; Editorial Ariel; Buenos Aires; 1996. (Capítulo: “La democracia mediática y sus límites”).

Sartori, Giovanni, *Homo Videns. La sociedad teledirigida*; Editorial Taurus; Madrid; 1998.

Sowers, Thomas E. y Nelson, James. P, *The Timing of Presidential Scandals: The Role of Economics, Divided Government and the Media*

Thompson, John B.; *La nueva visibilidad*; Rev. Papers Nro. 78; 2005.

Thompson, John B.; *La transformación de la visibilidad*; Estudios Políticos; Nro. 90; otoño 2003.

Thompson, John B.; *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*; Editorial Paidós Estado y Sociedad; Barcelona, España; 2001

Torcal, Mariano; *Partidos y desafección política*; Magazine Nro. 14; Instituto Internacional de Gobernabilidad (<http://www.iigov.org>)

Villacampa Alcalde, Javier; *Medios de comunicación como intermediarios del voto: la influencia de TV1 y Antena 3 en las elecciones legislativas de 1993*

Whitaker, Reg; *The End of Privacy: How Total Surveillance is Becoming a Reality*; The New Press; Nueva Cork; 1999.

Wolf, Mauro; *La investigación de la comunicación de masas*; Editorial Paidós.

Wolton, Dominique; *Las contradicciones de la comunicación política*; en Gauthier, Gilles; Gosselin, André; Mouchon, Jean (comps.); *Comunicación y Política*; Gedisa; Barcelona; 1998.

Yesilkagit, A.K. y De Vries J.; *The south Holland banking scandal: How a dutch province; Reinvented Itself*; Prepared for ECPR workshop “Corruption, Scandal and the Contestation of Governance in Europe”; Grenoble, France; 6 –11 April 2001

Yankova, Gergana; *Political accountability and Media Scandals: A comparative exploration*.