

PARA LA FORMACIÓN DEL PERIODISTA UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

Las facultades de Comunicación Social y Periodismo en muchas partes del mundo han empezado a desarrollar programas de Comunicación Política o Comunicación Pública, dadas las nuevas condiciones de la sociedad actual. Aquí se presentan las razones para pensar en la adopción del estudio de un área compleja pero indispensable.

Álvaro Enrique Duque Soto

Comunicador social y Periodista de la Universidad de La Sabana. Especialista en Periodismo Económico. Se ha desempeñado como periodista económico de la Agencia Colombiana de Noticias Colprensa y del Diario El País de Cali y como columnista del Diario La Opinión de Cúcuta. Actualmente adelanta un doctorado de Comunicación Política en la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor de Crítica de Medios de la Universidad de La Sabana.

INTRODUCCIÓN

La crisis que atraviesa a las facultades de Ciencias de la Comunicación en todo el mundo y de la cual las escuelas de Comunicación Social en Colombia no están ajenas (sobre todo a partir de la derogatoria del Estatuto Profesional del Periodista), ha dado pie a significativos cambios (el sentido propio de la palabra crisis: alteración profunda en el desarrollo de procesos) en los programas curriculares.

Una de esas transformaciones ha sido la introducción de los énfasis en la llamada Comunicación Política o Comunicación Pública (C.P.), con la misma entidad que tienen los énfasis en Comunicación Organizacional, en Publicidad, en Relaciones Públicas y en Periodismo. Tal inserción de los programas de C.P, que lleva cerca de diez en las universidades estadounidenses ¹, se ha hecho más recientemente en establecimientos de educación superior de España, México y Argentina. En toda América Latina comienza a verse con mucho interés el tema. Y no es casualidad que el próximo congreso de la Asociación de Facultades de Comunicación Social, Afacom, haya decidido centrarse en el tema de los medios de comunicación y la política.

En síntesis, la importancia cada vez mayor de la comunicación y la información como características definitorias de la sociedad de fines del siglo XX ha diversificado no sólo los objetos de estudio que se abordan desde la perspectiva de las llamadas ciencias de la comunicación sino que ha incrementado también el número de disciplinas interesadas en el estudio de la misma. Un claro ejemplo de ello es el lugar central que actualmente ocupa la C.P. como objeto de estudio en facultades de Sociología y de Ciencia Política ².

En este ensayo se pretende una aproximación a los estados de C.P. Se intenta sustentar su importancia y el papel que pueden cumplir

-
1. El programa de Comunicación Política de la George Washington University fue el primero en ofrecer, partir de 1982, una licenciatura en la materia.
 2. RODRÍGUEZ DORANTES, CECILIA (1998): «La comunicación política como objeto de estudio», en *El Nacional* (Ciudad de México), 17 de mayo.

si se los incluye como asignatura de los programas de pregrado y no como meros seminarios o cursos libres -a pesar de que ambas modalidades, de todas maneras, constituyen formas embrionarias del ingreso de una materia al currículum de una carrera³. Por último, se realiza una propuesta de las áreas desde donde se puede trabajar la docencia y la investigación de la C.P.

APROXIMACIÓN A LA COMUNICACIÓN PÚBLICA

Aunque la noción de C.P. aparece ya en la antigüedad (*fig.1*), es al comenzar el decenio de los sesenta cuando sirve de punto de encuentro para diversas disciplinas que estudian separadamente temas comunes. Así, por ejemplo, recupera el componente político de la opinión pública, para ubicar el concepto en un marco interdisciplinar relacionado con la Sociología, las Ciencias Políticas, la Psicología Social y las ciencias de la comunicación⁴. La C.P., además, retoma la idea de comunicación como vehículo de la acción humana. Vale decir, una tesis eminentemente aristotélica, de acuerdo con la cual la interacción humana, el diálogo, es la esencia de la política⁵. La palabra comunicación a fin de cuentas, se subraya desde esta perspectiva, tiene la misma etimología que comunidad.

ALGUNAS NOCIONES DE COMUNICACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE LA HISTORIA OCCIDENTAL	
Grecia y Roma	Retórica
Barroco, Ilustración y Liberalismo	Representación
Democracia moderna	Diálogo entre gobernantes y gobernados

Fig. 1

3. Para una idea de la forma como la Comunicación Política ingresó al currículum de la carrera de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, ver DEL REY MORATÓ, JAVIER (1996): «¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación política?», en *Revista de Estudios de Comunicación* (Bilbao), diciembre de 1996.
4. MONZÓN, CÁNDIDO (1996): *Opinión pública, comunicación y política*, Barcelona, Tecnos, pp.219 y 220.
5. Sobre el particular recomiendo los primeros tres capítulos de SPITZER, ROBERT J. (ed.) (1993) *Media and Public Policy*, Londres: Praeger, así como el tercer capítulo de PASQUALI, ANTONIO (1990 - 4a. ed.): *Comprender la comunicación* Caracas: Monte Avila.

La C.P. carece de una definición unívoca. No obstante, en los múltiples intentos de aclarar el concepto existe coincidencia en que hay un campo que se llama comunicación y otro que se llama política; y que cuando el primero influye o guarda relación con el Segundo puede hablarse de C.P, sin especificar el tipo de actividad ni la naturaleza de la influencia ⁶. Así, en sentido alto, diremos que C.P. es el conjunto de mensajes e informaciones que se producen en todo proceso político.

La certeza que aglutina a todas las definiciones, en cualquier caso, es que la política y la comunicación son consustanciales. En breve, podemos sugerir otras consideraciones que justifican dicha afirmación:

La comunicación resulta esencial para la representación simbólica de la autoridad y para la competición por el poder y su ejercicio ⁷. Si consideramos la forma como el *poder suave*, se ha impuesto en las relaciones políticas contemporáneas sobre el *poder rudo* (con las excepciones que confirman la regla), ese aspecto simbólico resulta más incierto hoy que antes ⁸.

La complejidad de la denominada sociedad de masas hace inviable la política sin la comunicación.

En una democracia, sólo por medio de la comunicación es posible la discusión abierta sobre la asignación de los recursos públicos (rentas), así como sobre la autoridad legal (control) y las sanciones oficiales.

"La política gira en torno a la relación entre gobernantes y gobernados y esa relación tiene, en democracia, dos categorías y dos

-
6. NIMO, D. Y SANDERS, K. R. (1981): The Handbook of Political Communication, Beverly Hills: Sage, p. 27.
 7. McQUAIL, DENIS (1992): «Political Communication», en HAWKESWOTH, MARY y KOGAN, MAURICE, Encyclopedia of Government and Politics, Londres: Routledge, pp. 471-485.
 8. Por "poder suave" se entiende la capacidad de conseguir los resultados deseados en los asuntos internacionales mediante la atracción en vez de la coerción. Ver NYE Jr., JOSEPH y OWENS, WILLIAM (1995): «Estados unidos y el poder de la información», en *Política Exterior*, n. 51, pp. 63-81.

causes fundamentales: la representación y la comunicación" ⁹.

Cualquier definición de la materia, sin embargo, debe considerar y evitar el riesgo de abordar el tema de manera parcial y dramática, bajo el peso de las circunstancias políticas particulares, pues ello conduciría más a un debate sobre opiniones que a uno que, en última instancia, permita ampliar nuestros conocimientos acerca de la manera como efectivamente los medios desempeñan un papel y ejercitan una influencia en los diversos sistemas sociales y políticos.

En relación con tales eventualidades, Golding y Monk ¹⁰ han llamado la atención sobre el peligro que entraña el señuelo de las soberanías conceptuales, que alejan a los estudios de disciplinas como la comunicación de los temas claves de las humanidades y de las ciencias sociales. Aquí podemos encontrar otro motivo, como lo indican este par de autores referidos, para impulsar la investigación en C.P, pues se trata de una de las áreas dentro del campo de la comunicación que más ha estado abierta a la interdisciplinariedad.

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La C.P. "se presenta como un ensamble de teorías y de técnicas, al tiempo que designa una serie de prácticas directamente políticas" ¹¹. Y es esa triple perspectiva -teórica, técnica y práctica- la que permite una concepción interdisciplinar de la C.P. (diversas áreas del saber atraviesan el estudio de los problemas de la materia) y una concepción, por llamarla de alguna manera, procedimental, derivada de su dimensión técnica. Esta concepción procedimental es la que de modo más directo concierne a las facultades de Comunicación Social, pues se refiere a las nuevas formas de practicar la política que surgen y están determinadas a partir de la consolidación de una sociedad comunicacional, a su vez alimentada en gran medida por las revoluciones tecnológicas de los medios.

⁹ DEL REY MORATÓ (1996), op. cit.

¹⁰ GOLDING, PETER y MONK, WENDY (1996): «La comunicación política y la ciudadanía», en MUÑOZ-ALONSO, ALEJANDRO y ROSPIR, JUAN IGNACIO, Comunicación Política, Madrid: Universitas, p. 25.

¹¹ GERSTLE, JACQUES (1992), La communication politique, París: PUF, p. 6.

En lo que se denomina una democracia centrada en los medios, esto es, una democracia en la cual los medios de comunicación conforman el núcleo de la vida gubernamental y política, la C.P. aparece como un campo excitante para investigadores, estudiantes y ciudadanía en general. Sobre todo porque, incluso si esa centralidad mediática varía de país a país de acuerdo con los entornos nacionales que la condicionan, la C.P. "estudia algunos de los más importantes, de mayor alcance y más profundos cambios, que están formando el carácter de la vida moderna en todo el mundo" ¹². Bastaría esta afirmación y la presunción de que los comunicadores sociales son quienes más dominan el estudio de la comunicación y de los problemas atinentes a la sociedad de la comunicación, para verificar otro motivo para incluir la C.P. en los programas académicos de comunicación social.

Pero hay más razones para sustentar el llamado a inyectar, con la C.P., un aire nuevo a unas facultades que debaten el norte hacia el cual deben seguir.

Una de esas razones a las que aludo, podemos encontrarla en una afirmación de Isaiah Berlín: "La C.P. nos habla, sí, de los hechos del poder, pero también de los fines de la vida, de los valores, de las metas de la existencia de la sociedad, de lo bueno y de lo malo, lo correcto y lo erróneo, y de todo aquello por lo cual viven o deberían vivir los miembros de una sociedad" ¹³.

Hace diez años la Unesco patrocinó la realización de una encuesta a docentes de Comunicación Social y Periodismo con el objeto de "investigar hasta qué punto la consideración de las funciones de «cuarto poder» de los medios de comunicación forma parte de la formación y educación de sus alumnos, de los aspirantes a periodistas"¹⁴.

12 SWANSON, DAVID L. (1996): «El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios», en MUÑOZ-ALONSO, ALEJANDRO y ROSPIR, JUAN IGNACIO, op.cit. p.6.

13 JAHANBEGLOO, RAMIN (1993), Diálogo con Isaiah Berlín, Madrid: Anaya y Mario Muchnik, p. 82.

14 Sparks, Colin y Splichal, Slavko (1994): «Los medios de comunicación como Cuarto Poder: una encuesta sobre las opiniones de los docentes de periodismo», en Estudios y documentos de comunicación de masas, n. 106, París: Unesco, pp. 99-119.

La encuesta, coordinada por los profesores Sparks y Splichal, de la Escuela de Comunicación del Politécnico Central de Londres, envió un cuestionario a 100 países, con varias preguntas sobre el asunto ya indicado. Las respuestas, procedentes de 47 países, consignaban lo siguiente: los profesores creen muy importante la función de cuarto poder (según la precisión de términos de la encuesta, la función se da cuando los medios toman una posición independiente y crítica respecto de alguna persona o institución poderosa). Incluso más de una tercera parte de los que contestaron al cuestionario opina que se trata de la función más importante de los medios de comunicación. No obstante, dos conclusiones del trabajo merece la pena que sean consignadas ahora para los efectos de este artículo.

En primer lugar, la función tradicional de cuarto poder continúa centrándose en la vida política del Estado, a pesar del crecimiento de organizaciones de gran escala en la "sociedad civil". Una respuesta al fenómeno puede encontrarse ahora en programas como el de los seminarios sobre Periodismo Cívico que ha realizado la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana.

La otra conclusión que destaca del trabajo sobre la enseñanza de concepto de Cuarto Poder en las escuelas de comunicación es que "en muy pocos casos hay un curso dedicado al tema, pues su enseñanza se efectúa a lo largo de todo el esfuerzo docente, incluso aunque no se considere que es el método más satisfactorio. Pero el 55 por ciento de los docentes que respondió dijo que debería aumentarse el interés por esa enseñanza. Y el 37 por ciento consideró que era importante mantener el mismo interés".

A diez años de esas respuestas ¿cómo estamos en Colombia? Me temo que muy mal. Algunos periodistas egresados de las facultades de Comunicación Social saben poco acerca de la función de cuarto poder de los medios de comunicación. Y, en algunos casos, la enseñanza sobre Opinión Pública (la materia que normalmente más se aproxima al tratamiento del tema) ha desaparecido de los currículos.

Es una alarmante paradoja, sin duda. ¡Cuando la comunicación aparece como el centro de nuestras sociedades, de la vida política, el estudio del fenómeno de la C.P. no se inicia, disminuye e incluso en algunos casos desaparece de las Facultades de Comunicación Social en Colombia!. Los temas que incumben a la C.P. se estudian, en cambio, en las facultades de Sociología y Antropología (cultura, ocio, socialización política), de Ciencia Política (opinión pública, mercadeo político, análisis de encuestas electorales y sondeos de opinión), de Filosofía (retórica y hermenéutica), de Psicología (efectos sociales de los medios de comunicación, violencia y medios de comunicación), de Arquitectura (espacio público).

¿QUÉ ENSEÑAR EN COMUNICACIÓN PÚBLICA?

Antes se ha subrayado que la C.P. en cada país adquiere determinadas características según las peculiaridades nacionales. Por tanto, una propuesta de enseñanza de la C.P. tiene que tener en cuenta el entorno en que se perpetra.

Considerando a Colombia un país en conflicto armado, resulta conveniente asumir de antemano la C.P. como el "proceso para negociar la orientación de una comunidad a través de la interpretación y caracterización de intereses, de relaciones de poder y del papel de tal comunidad en el mundo" ¹⁵.

No es la intención de este apartado delinear el itinerario a seguir en un curso de C.P. Se pretende más bien subrayar algunas cuestiones que en el diseño de cualquier curso deberían a nuestro juicio considerarse:

No asumir la comunicación como variable independiente de la política y del poder, de modo que "se pueda lograr una formulación positiva de la antropología de la comunicación de masas" ¹⁶. Esto es, en contravía de aquellas formulaciones catastrofistas que periódicamente se debaten acerca del peligro que los medios de

¹⁵ SMITH, ALLEN CRAIG (1990): *Political Communication*, Orlando: Harcourt Brace Jovanovich, p. 7

¹⁶ MARLETTI, CARLO (1995): «Media e comunicazione politica nelle democrazie», en *Quaderni di Scienza Politica* (Milán), v. 2, n. 2, pp. 285-312.

comunicación pueden representar para la democracia y que pueden llevar a salidas reaccionarias, que inspiran reglamentos de censura.

Discutir algunas funciones importantes de los medios para una sociedad democrática: a) informar; b) educar; c) servir de plataforma para los discursos políticos; d) vigilar las instituciones políticas y gubernamentales; e) servir de canal para los distintos puntos de vista de los políticos y de los ciudadanos que no logran representación en las instancias sometidas al sufragio universal. En una palabra, mediar antes que mediatizar¹⁷.

Plantear la sobrevaloración de los estudios de opinión pública, que están basados en el mito de la gente tiene opiniones sobre todos los temas¹⁸.

Exportar que la democracia pasa por el derecho a la información, por el respeto a la libertad de prensa, por la divulgación de las variadas opciones políticas e ideológicas, por el derecho a la divergencia y al debate; pero también por el rompimiento de la discrecionalidad y favores mutuos entre gobierno y empresarios de los medios, por el fin de los monopolios informativos, por la necesaria expresión de las minorías, por el estímulo y reflejo de la participación social, y por el establecimiento de compromisos prodemocráticos por parte de los medios de comunicación¹⁹.

Ver una arista insuficiente explorada: cómo se entiende el concepto de democracia al interior de los medios. A la luz de la opinión pública no pocos de sus directivos la defienden encendidamente, la promueven con eficaz persuasión e interés, la estimulan con singular energía y convencimiento inocultable... y sin embargo, incurren en actitudes autoritarias e incluso despóticas en el seno de su propio ámbito profesional²⁰. En la figura 2. están especificados otros temas centrales que ha de considerar el estudio de

17 McNAIR, BRIAN (1995): *An introduction to political Communication*, Nueva York: Routledge, p. 21.

18 RODRÍGUEZ DORANTES, CECILIA (1998): op. cit.

19 MARTÍNEZ, OMAR RAÚL (1998): "Coordenadas mínimas para la discusión medios-democracia", en *El Nacional* (Ciudad de México), 24 de mayo.

20 *Ibidem*.

la C.P. y en la figura 3, algunos de los temas que, en nuestra opinión, puede considerar cualquier estudio de C.P.

¿QUÉ CUBRE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA?
Actividades dirigidas hacia la formación, movilización y despliegue de los partidos y de los movimientos políticos.
Todas las formas de campañas organizadas destinadas a ganar soporte político para un partido, una causa, una política o una norma, mediante la influencia sobre la opinión y el comportamiento (y el curso de las elecciones).
Diversos procesos que antañen a la expresión, la medición, la determinación y también la 'administración' de la opinión pública (esto incluye las discusiones informales e interpersonales).
Las actividades de los medios de comunicación de masas establecidos, en relación con la reportería y el comentario de acontecimientos políticos.
Los procesos de información pública y debates atinentes a las políticas públicas.
La socialización política informal y la formación y el mantenimiento del consenso político.

Fig. 2 (a partir de McCOMBS (1992), op. cit.)

PROPUESTA DE TRABAJO EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (TEMAS QUE PUEDEN ABORDARSE EN UN CURSO) FIG. 3

PERIODISMO POLÍTICO Y PERIODISMO CÍVICO

•El papel de los periodistas en el sistema político; •el Periodismo cívico; •los elementos que intervienen en la construcción y producción del mensaje político de los medios de comunicación; •columnismo político en los MCM de carácter informativo; •el Periodismo de investigación y la cobertura de la corrupción; •impacto del Periodismo de investigación sobre la opinión pública y sobre la política; •las relaciones entre periodistas, funcionarios y legisladores; •participación del público en la cobertura de las campañas políticas; •información y toma de decisiones políticas; •la información en los periodos de crisis; •las rutinas periodísticas y los personeros del poder ejecutivo, legislativo y judicial; •las rutinas periodísticas y los grupos de presión; •la noticia como

producto social; • los medios de información como actores políticos; • comunicación y solución de conflictos comunitarios; • conversión de los movimientos de protesta en temas periodísticos; • naturaleza de los mensajes provenientes de los poderes y los servicios públicos; • la actividad de las oficinas de comunicación y de prensa de los ministerios; • periodismo para el desarrollo comunitario.

COMUNICACIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Tres importantes funciones de los medios en una sociedad democrática, ayudar a elegir, controlar y facilitar los cambios de gobierno; • las estrategias de comunicación en las campañas políticas: cabildeo, relaciones públicas y propaganda; • los sondeos de opinión y las encuestas electorales: los efectos underdog y bandwagon; • comportamiento y campañas electorales; • modelos de interpretación de la influencia de los medios de comunicación en los procesos electorales; • la función comunicación en las sociedades actuales: la mediatización de la vida política; • la C.P. la gobernabilidad y la ejecutoria de políticas; • la imagen política; • el discurso político; • el sistema informativo y el sistema de toma de decisiones por parte de gobernantes y gobernados; • el marco teórico de la relación entre medios de comunicación, líderes políticos y opinión pública; • la información y lo público; • información y racionalidad pública; • la construcción de la realidad; • los escenarios de la C.P; • el espacio público; • desarrollo histórico de la investigación de C.P; • periodización de la C.P en Colombia; • efectos de la C.P: formación y cambio de opinión. Cambios cognitivos tematización, establecimiento de la agenda, priming, encuadre); • la espiral del silencio; • la teoría del cultivo; • la comunicación y el ejercicio del poder; • las formas de la comunicación pública, las responsabilidades de la comunicación pública, la disponibilidad de los datos públicos; • la valoración de las instituciones públicas (la comunicación de la política institucional, la identidad, la imagen y la legitimidad de los servicios que ofrece, la comunicación interna); • las comunicaciones en los procesos de decisión; • Los ciclos de C.P; • marketing político y dinámicas electorales; • los instrumentos tradicionales que utilizan los poderes públicos para comunicarse con la sociedad; • la participación de la ciudadanía en la administración pública; la promoción y la difusión de la imagen de Colombia en el exterior; • la personalización de la política: la tendencia innata de la C.P hacia la personalización. Significación e implicaciones de la personalización de la política. Las repercusiones de la personalización en la política

democrática; •la video política.

ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA

•Los conceptos de opinión pública y de socialización política; •opinión pública y democracia; •comunicación y cultura política; •los MCM y la esfera pública; •el marco teórico de la relación entre medios de comunicación, líderes políticos y opinión pública; •La evolución de los planteamientos teóricos de la opinión pública; •percepciones del sistema político; •opinión pública y sistemas electorales. La representación formal de la opinión pública; •elección y representación política. La evolución del sufragio. Limitaciones del sufragio; •principios y elementos que configuran el sistema electoral; •la prensa como generadora de opinión: influir con los hechos, influir con la opinión.

ANÁLISIS Y CRÍTICA DE MEDIOS

Procesos de control y propiedad en las comunicaciones masivas nacionales e internacionales; •las nuevas tecnologías de información y su repercusión en la relación gobernantes-gobernados; •problemas derivados de la acción social de los MCM; •la relación prensa-poder; •las estructuras de comunicación y sus implicaciones en el sistema político; •evaluación de estándares democráticos para la actuación de los medios informativos; •la autorreferencialidad de los medios de comunicación; •controles de los efectos de los medios: las políticas reguladoras de las transmisiones; •las agendas políticas e informativas y su relación con el control que sobre las mismas ejercen los distintos actores sociales. Tal control como forma de poder que se cifra en la capacidad para introducir o excluir, asignar relevancia y delimitar los temas, participantes y soluciones que están presentes en el debate político e informativo; •la revolución tecnológica y su incidencia en los MCM y en la sociedad; •el control de los flujos de información; •la administración comunicativa: censura, propaganda, información; •los MCM y el estilo de la vida política; •el problema de la objetividad en la información; la dinámica de la atención de los medios; •la noción de cuarto poder, cómo se distribuye ese cuarto poder en los diferentes medios.

CONCLUSIÓN

Los cambios que resultan de la búsqueda de un nuevo espacio en la sociedad y en el mercado estudiantil efectuada por las Facultades de Comunicación Social resultan una excelente oportunidad para la introducción en los currículos académicos de materias relacionadas con la C.P.

Se trata de un campo sin explotar, y que sin embargo aparece con muchas aristas desde las cuales se pueden realizar investigaciones interesantes que traigan a la facultad los debates propios de la sociedad de la comunicación, que paradójicamente se están realizando en facultades distintas a las de Comunicación Social. Y los comunicadores sociales no pueden ser meros participantes pasivos en ese debate. No pueden quedarse aprendiendo sólo las cuestiones prácticas de la transmisión de la información. Han de tomar conciencia de que son comunicadores (que tratan de las relaciones con las personas) y no simples informadores (que tratan apenas de las relaciones más con las máquinas).

La mayor parte de cuanto las personas comunes y corrientes saben de política lo aprenden a través de los medios de comunicación y casi todos los supuestos de las democracias contemporáneas se relacionan con ellos. ¿Esto lo saben los futuros periodistas? Esta es una de las muchas preguntas para hacer relacionadas con la C.P. Dejemos sólo una más.

En medio de la gran cantidad de información que se deriva de las nuevas tecnologías, la gente no siempre está en capacidad de distinguir entre cuál es la buena y cuál es la mala.

Los que están llamados a realizar esa orientación, ese filtro, son los comunicadores sociales. Pero, ¿se les está adiestrando para que nos digan, por ejemplo, hasta qué punto las nuevas tecnologías informativas pueden contribuir al fortalecimiento de la democracia?

Queda abierto el debate sobre la pertinencia de la enseñanza de la C.P. (una materia en esencia multidisciplinaria y que aquí no se propone reducirla a un acercamiento exclusivamente comunicacional). Este artículo pretende provocarlo.