



Comunicación y Gobierno

Lo que los medios pueden... y lo que no

Guiar la opinión pública implica una gran responsabilidad, para lo cual es necesario contar con comunicadores que antepongan ante todo la verdad. Sin embargo, buscar seres celestiales no parece ser el camino más aconsejable, la mejor vía consiste, en todo caso, en ubicar a los mismos en su terrenalidad, es decir comprender que los medios de comunicación son manejados por personas comunes que pueden tener los más variados intereses y pasiones.

Marisol Murillo Velásquez*

¿Qué pueden hacer los medios de comunicación en la construcción de la gobernabilidad? Es una pregunta ambiciosa y compleja, que además nos puede dar para escribir y hablar hasta el cansancio. Desde la teoría de la comunicación política se rescata una idea interesante: los medios masivos son hoy por hoy, actores estratégicos para la gobernabilidad en un sistema democrático. Obviamente no sólo difunden información, sino que -como señala Exeni- se los tiene que apreciar como instrumento, escenario y protagonista.

Mediófobos y mediófilos

En este redimensionamiento teórico sobre los medios hay un riesgo lamentable. El riesgo de caer en excesos históricos y posiciones maniqueas como los mediófobos y los mediófilos. Los primeros, apocalípticos de hecho, se alimentan de principios moralistas respecto del alcance y los “efectos” mediáticos, porque juzgan el accionar de los medios de comunicación desde un deber ser (informar, educar y entretener, como se suele repetir en las carreras de Comunicación) Entonces, los noticieros

teñidos de sangre, los titulares de prensa que hablan de corrupción sobre todo y, en general, los criterios de selección de una nota periodística, que se salen de ese marco idealista, los llevan a concluir que los medios son monstruos de deformación pública. Los que se adscriben a esta postura siguen pidiéndoles a los medios – en esa lógica- que informen, eduquen y entretengan.

Los mediófilos, en el otro extremo, son los que exaltan hasta su máxima expresión las bondades y las potencialidades de los medios como protagonistas de un sistema democrático, en la construcción de ciudadanía y gobernabilidad.

Un equilibrio necesario

El justo equilibrio entre estas posiciones se evidencia como demasiado obvio, es cierto. Empero, es más fácil decirlo que creerlo y practicarlo en el análisis. Lo importante en este intento es terrenalizar a los medios, es decir, quitarles el aura social de justicieros y legitimadores absolutos, para comprenderlos primero en su carácter intrínseco: su propiedad. Los medios que influyen y desarrollan complicidades con el poder son empresas privadas, que tienen uno o varios dueños. Dueños que son empresarios con ciertos intereses políticos y/o religiosos y/o económicos concretos.

Una vez que hacemos de los medios empresas terrenales, podemos identificar mejor las relaciones y los componentes que atraviesan a esas empresas, más allá de su propiedad. El criterio de novedad, por ejemplo, como sostiene Rafael Archondo, es un componente que puede determinar el accionar de los medios en conjugación con la propiedad. Un emenerista, por decir algo, dueño de un canal de televisión de alto rating, no podría dejar de mostrar la novedad de que este gobierno empezó a cobrar víctimas en el Chapare. ¡Hay un coccalero muerto! Entonces, aunque se trate de suavizar el tema, ese medio está casi obligado a incorporar esa noticia en su agenda, aunque políticamente no le convenga. Pero es que sabe que los réditos de mantenerse en el rating con las novedades, además de significarle una renta monetaria interesante, le garantiza otro tipo de rentabilidad: la credibilidad, que al final de cuentas, termina siendo una ganancia política que sirve.

Entonces, en pocas palabras, para juzgar y analizar los roles y posibilidades de los medios de comunicación en un sistema democrático, hay que considerarlos primero en su terrenalidad para no esperar de los medios más de lo que pueden ser y hacer ■

* Periodista