

# ¿Medios versus Democracia?

Víctor Alarcón Olgún\*

Maira, L., et al. (2004). *Democracia y Medios de Comunicación*. México: IEDF, Colección Sinergia, n.4.

Mucho se habla y se discute acerca del papel nodal que han adquirido los medios de comunicación para configurar y orientar las agendas del debate político en México. Sin embargo, existen escasas corroboraciones empíricas que dentro del terreno de la investigación académica, nos permitan ubicar con precisión cuáles son los impactos concretos que dichos medios generan en la formación de la opinión pública y en la decisión cotidiana de los ciudadanos.

Hasta ahora, la relación política y comunicación se presenta más como un reto que como una realidad operacional concreta en el análisis de los comportamientos sociales, sin menoscabo de quienes visualizan a las encuestas o los sondeos de audiencia (mejor conocidos como "ratings") como un recurso fidedigno de medición que retrate a los intereses que se manifiestan en una determinada coyuntura.

Si bien cabe reconocer su potencialidad explicativa, ello no elimina del todo las interrogantes acerca de cómo hablar sobre una sociedad democrática participativa que ejerce la crítica de medios, que posee un derecho efectivo de acceso a la información, o que posee las tecnologías educativas que le permitan asimilar una era global en la diseminación del conocimiento.

Por ahora, la baja disponibilidad de recursos que permitan aplicar técnicas e instrumentos de recolección cuantitativos y cualitativos, hacen que los aportes metodológicos en la presentación de conclusiones sólidas en la observación e influencia de los medios de comunicación, sólo nos permita intuir que el impacto que generan éstos en la política no es el adecuado. Invadidos por el imperio de la negatividad, el rumor y la violencia visual, la democracia se encuentra sometida al dominio de falsos redentores quienes han continuado la prolongada tradición con que los medios manipulan y construyen una "opinión

pública" virtual, misma que tiende sus redes corporativas hasta controlar hoy en día, bloques enteros de revistas, periódicos, radiodifusoras, canales televisivos abiertos o en cable, ni qué decir del peso adquirido mediante el control del Internet.

En este contexto, se nos presenta un antagonismo complejo entre política y/o medios de comunicación. Es indudable que los medios deben poseer límites legales para su acción, los cuales a su vez surgen del sentido de responsabilidad ética y moral que le debe ser marcado por la propia sociedad que consume dichos contenidos. El tema no es menor si se considera que a lo largo de la historia, la libertad de pensamiento y expresión condensan siempre al argumento que se esgrime para defender a los medios, como ocurrió en el pasado contra la intolerancia de las iglesias, o ahora contra los excesos de control por parte de los gobiernos. Los medios, en este aspecto, se consideran a sí mismos como garantes del "interés público".

¿Esa atribución les permite ejercer su labor sin cortapisas? ¿Quiénes a su vez pueden llamar a cuentas a los medios si no lo pueden hacer los Estados o las iglesias? Sólo queda una respuesta: nosotros los ciudadanos. Pero ello implica "empoderamiento" y protecciones que deben provenir de la presencia de mecanismos legales y criterios civiles que no pueden hacer eliminar a nuestros valores o historias.

Una democracia moderna debe ofrecer los contrapesos necesarios para que los medios reconozcan la presencia de instancias como las asociaciones de lectores o radioescuchas, o que generen consejos consultivos que supervisen la calidad de la programación. Ni qué decir acerca de generar auténticas empresas "públicas" de la comunicación, esto es, empresas que surjan con capital y propiedad social. Aquí ciertamente se

\* Polítólogo y jefe del Departamento de Sociología en la UAM-Iztapalapa. victor630215@aol.com

abriría una alternativa a la tercera ruta que opone lo estatal a lo privado, cuyo único resultado ha sido la presencia y paso de un autoritarismo burocrático a un monopolio corporativo, y en donde los únicos perjudicados de ambos somos nosotros.

Al ubicar esta serie de problemas que caracterizan a la relación actual entre política y medios de comunicación, resulta imperativo definir bajo qué condiciones la presencia de mecanismos democráticos pueden reorientar a este mal que aqueja a las sociedades contemporáneas. De ahí que resulte pertinente la aparición de un libro como *Democracia y Medios de Comunicación*, donde se exploran temas clásicos como el papel de los liderazgos en el proceso de la imagen pública, el impacto de los escándalos políticos, así como definir cuál es el papel e influencia de los medios como instrumento de la formación y (eventual) consolidación de la cultura democrática en México, así como en América Latina.

Si como afirma Luis Maira, que América Latina ha transitado en los últimos treinta años por un periplo que la ha llevado por la nostalgia, la esperanza y el desencanto democráticos, entonces resulta pertinente en esas tres etapas saber cuál es el papel desempeñado por los medios de comunicación. Resultaría interesante constatar que los medios han sido sólo eso: instrumentos que se han acomodado a las condiciones y que pueden pasar de la dictadura a la defensa de las bondades democráticas sin ningún rubor.

Siguiendo a esta idea, los medios de comunicación no han sido leales a la postura en torno a definir una apuesta irrestricta a favor de la democracia, ya que se han alejado de ofrecer los elementos de orden general para que sea el propio ciudadano quien pueda expresar la última palabra en los asuntos públicos. De ahí que el escepticismo prevaleciente, mismo que ha sido alimentado en gran medida por la impericia de los gobiernos, pero también por la propaganda de los medios, nos haga ver como paradoja a lo planteado aquí por Maira, de que ahora nos colocamos en la ruta inversa, que abre la puerta a la nostalgia por el orden, la seguridad y el autoritarismo.

Resulta claro que el acceso a los medios denota un problema de equidad y exceso de pobreza, ya que la oferta de los medios es poco plural y en condiciones poco probables para que el ciudadano pueda tener índices de consumo adecuados a una calidad de "supervivencia ciudadana", si se me permite hacer la analogía con la medición de los niveles de alimentación que se consideran como básicos para la continuidad de la vida en una persona.

En ese aspecto, las reflexiones de Maira nos permiten igualmente emparentarlas con las preocupaciones incluidas en los trabajos de Leonardo Curzio, Raúl Trejo y José Woldenberg, por cuanto resulta claro que la importancia y trascendencia de los problemas públicos, si no se tratan por los medios, terminan por ser "borrados" de la agenda de prioridades, cuando por el contrario, los medios nos deberían hacer conscientes de las exigencias de un mundo cada vez más globalizado y exigido de solidaridades con quienes menos tienen. Además, nos deberían dar instrumentos para confrontar de mejor manera las demandas de una sociedad con necesidades de una cultura que prepare a las nuevas generaciones.

Si como bien detecta Leonardo Curzio, la programación y acceso a la oferta comunicativa se acerca sólo al "infoentretenimiento", entonces se hace estéril una de las mayores conquistas que se obtiene de la pluralidad y la apertura democrática, como lo es la libertad del consumo. Esa condición se vuelve ficticia (de la misma manera en que acontecía en los tiempos del autoritarismo) porque la diversidad no existe ni es del interés de los comunicadores ni de los empresarios de los medios en la medida que no "venda". Ahí justamente fenece la libertad y el derecho a la información.

De ahí que los medios nos llevan a la política virtual de rápido consumo, que sólo se constata en manejos de imágenes y personalidades efímeras, como lo argumentan Yolanda Meyenberg o María Eugenia Valdés en sus respectivos trabajos acerca de los liderazgos y los "video-escándalos", en tanto expresiones usuales del acontecer político.

Sin embargo, resulta interesante polemizar si la comunicación política sólo atraviesa al nivel de la interacción entre gobernantes y gobernados; o si justamente porque se mantiene en ese nivel, nos olvidamos de una dimensión horizontal que implica asumir que no sólo habría comunicación entre gobierno y ciudadanos, sino que también debemos incidir en espacios donde sean los propios individuos quienes sin mediación alguna, puedan hacer intercambio de información para configurar su opinión acerca de los temas públicos.

En este aspecto, la formación de audiencias derivada de la aplicación de técnicas de mercadeo, dista sobremanera de la intención con que podemos percibir al viejo papel que se les confería a las instituciones educativas. Hoy tenemos a actores pasivos y silenciosos, a la vez de temerosos ante lo que perciben. De alguna manera, hemos arribado a lo que el pensador español Enrique Gil Calvo ha denominado –en paráfrasis a la

expresión de Marshall McLuhan- como la era donde “el miedo es el mensaje”.

El resultado de ello es la tendencia a depositar en los líderes providenciales la supuesta solución a los problemas de la ciudadanía, en historias que pueden ir desde los 15 minutos hasta complots tan interminables como las telenovelas más exitosas, con el consiguiente beneficio que ello reditúa para los propios dueños de los medios, quienes venden a los buenos, a los malos y hasta los innombrables, quienes más bien terminan por mostrarnos a una clase política llena de intocables.

Si como bien nos lo revela Raúl Trejo, la “democracia cercada” es un modelo de relaciones sociales donde preponderantemente se da la complacencia y la simulación entre comunicadores y políticos, entonces que no nos sorprenda la exigencia de que los medios fabriquen y vendan al mejor postor, el escándalo del momento. La trivialización de los problemas públicos resulta ser la mejor vacuna para que sean los propios ciudadanos quienes puedan tener la última palabra.

Un excelente ejemplo de la espiral degenerativa en el manejo del escándalo político se revela en el trabajo de María Eu-

genia Valdés acerca del gobierno del DF, en donde se observa cómo la manipulación integral de las fuentes de información, los transmisores, los receptores y los resultados, pueden terminar en condiciones de distorsión y “ruido”, esto es, nunca estar en condiciones de poder discernir el contexto o la problemática que permita ubicar a los responsables, con todo y que puedan existir imágenes o testimonios concretos que los comprometan, dado que se relativiza todo: desde la ley hasta la propia realidad.

En este momento, conviene asumir la tarea que todos somos parte de los medios, como bien lo percibe José Woldenberg. Los retos de una democracia obligan a intervenir en cada una de las etapas del proceso comunicativo, si se pretende elevar la calidad de nuestras democracias. Un buen gobierno es un esfuerzo permanente que nunca puede pretender llegar a un umbral de perfección, pero que sí puede aspirar a uno de perdurabilidad. Los medios de comunicación son eso: instrumentos que nos permiten vincular unos con otros para tratar de mejorar la convivencia colectiva. Y si es en la democracia, tanto mejor.

