

Política, democracia y prensa: la auditoría editorial

Antes de la televisión, la experiencia deportiva era directa. La gente iba a los escenarios deportivos donde el contacto entre deportistas y espectadores era personal. La llegada de la televisión modificó sustancialmente esta relación. Dejó de ser personal para transformarse en mucho más masiva y mediática. Son muy pocos los que pueden seguir disfrutando la experiencia directa con relación a los que hoy acceden al deporte mediante la televisión.

Pero no sólo eso. La relación TV - Deporte derivó en una relación de necesidad y mutua dependencia, de la que ambos han salido beneficiados... y perjudicados también. Esta dependencia TV - Deporte ha aportado mayor difusión, mayores aficionados, mayores y mejores deportistas. Ha profesionalizado algunas disciplinas, ha mejorado la economía de clubes, ligas, instituciones y deportistas.

Pero junto a estas mejoras, la TV ha aportado perjuicios para el deporte, especialmente: a) la trivialización y extrema espectacularización, dos componentes que la TV contagia a todo lo que toca. La vara mágica de la TV involucra también al deporte en b) un negocio económico que rompe con el tradicional espíritu amateur y hasta le modifica y condiciona reglamentos y normas deportivas.

Es que la TV tiene una necesidad ineludible: satisfacer la necesidad insaciable de sus espectadores. La experiencia de un ciudadano común, espectador televisivo de deportes que acude a un estadio para disfrutar de un partido de fútbol, suele ser casi traumática. Un solo segundo de distracción puede hacerle perder el único gol, sin opción de las repeticiones, los

Rolando Rodrich Sarango
Director del Diario *Correo* de Piura-Tumbes, Lambayeque y La Libertad. Graduado en Ciencias de la Información por la UDEP; tiene postgrado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (Pamplona, España). Ha sido director del Noticiero de América TV canal 2 de Piura, fue Gerente de esa empresa. Ha sido también profesor de la Facultad de Comunicación de la UDEP.

acercamientos, los *slow motion* y otros recursos tecnológicos que la expectación presencial nunca le dará.

Si este fenómeno causado por la presencia de la TV en el deporte ha ido evolucionando hasta consecuencias que hoy todavía no alcanzamos a comprender a plenitud, ya podemos imaginar qué influencia puede ejercer la prensa en general y la TV en particular sobre otra actividad humana como la política.

La experiencia reciente de la política peruana, tras el gobierno del Ing. Alberto Fujimori, aporta todos los ingredientes para estudiar los beneficios y perjuicios que la relación entre la política y la prensa –los medios de comunicación, el periodismo y la TV– pueden significar para una sociedad.

“Nunca antes la sociedad peruana había visto cómo se desenvuelve el tráfico de influencias ni a prominentes hombres de negocios, políticos y militares siendo sobornados por el poder político”¹. Los seis tomos en los que el Fondo Editorial del Congreso peruano recoge los audios y videos del asesor presidencial de Fujimori, desnuda la corrupción que es probable que se dé en muchos gobiernos, en mayor o menor medida. Sin embargo, adquiere toda su novedad cuando de por medio está no sólo el uso de la tecnología televisiva sino porque su difusión y manejo estuvieron condicionados por la relación que la corrupción mantuvo con una parte del periodismo y empresariado de la prensa y de la televisión peruana.

Dos sistemas

Esta oscura etapa de la historia nacional puso a prueba nuestros sistemas político e informativo, mostró sus partes más frágiles y, sobre todo, nos recordó que carecíamos de mecanismos de transparencia para defendernos del ataque de la corrupción. Además de la presencia de una clase política y un sector empresarial y profesional periodístico dispuesto a ceder al chantaje o al soborno, nos mostró unas audiencias y una opinión pública poco preparada para descubrir la superposición de ambos sistemas.

Dice Albertos que “el periodismo es un sistema informativo con sus propias reglas de juego absolutamente diferentes de las reglas de juego propias de cualquier sistema político. Lo que más identificaría, en la comparación entre ambos sistemas, es el papel de mediadores o representantes de la soberanía popular que es atribuible tanto a los periodistas como a los diputados en el Congreso o los senadores”. Los políticos acceden mediante la elección popular y democrática mientras que los periodistas acceden a su trabajo “por extraños vericuetos que nada tienen que ver con la elección en la que intervenga activamente el pueblo soberano”.²

Sin embargo, ni el acceso democrático al poder de los políticos, ni los “vericuetos” del acceso al poder de la prensa de los periodistas y empresarios de los medios, fueron garantía para que ambos sistemas estuvieran orientados a servir a la sociedad de la manera honesta que prevé la democracia.

Antes de que la corrupción hiciera su ingreso a ambos sistemas, ya la prensa había invadido competencias que en una democracia no son las suyas, sino del parlamento, de los magistrados, de los partidos, de la opinión, etc. Estos defectos y vicios en la prensa crearon las condiciones para que resultara sencillo iniciar la manipulación informativa. Antonio Fontán los describía así: “Sobran en la prensa en general, teorías políticas y una pretensión de omnisciencia que a veces fatiga al lector e irrita a los expertos; sobran entrevistas y declaraciones de políticos sobre casi todo, cada vez que pasa algo; sobre la frecuente manía editorializante que tantas veces se manifiesta en titulaciones de fantasía y en una engañosa confusión anti profesional entre la información y el comentario; sobran polémicas entre periódicos, que no se dan en otras latitudes y en sistemas de prensa más maduros, en los que los diarios se escriben para los lectores y periodistas de la competencia, etc.”³.

La prensa ya había invadido funciones y responsabilidades ajenas a sus fines sociales y profesionales, en algunos casos con la mejor de las intenciones, para suplir, complementar o llenar los vacíos dejados por otras instituciones. “Por el contrario –dice Fontán–, la prensa ha de constituirse en el narrador objetivo e intérprete autorizado de la comunidad; ha de seguir ofreciendo algunas de sus páginas como tribuna

y como cancha, pero sin invadir como institución el campo de los partidos políticos y de las cámaras”⁴.

La misión del periodista es fundamental para que los ciudadanos reciban la información técnicamente correcta a la que tenemos derecho, pero no incluye la de ser actores principales o protagonistas. Se espera de la prensa levantar y mantener en pie el escenario social para que los políticos hagan lo que tienen que hacer por mandato de las leyes, en tanto que “el periodista es –en palabras de Fontán–, sobre todo, un operador semántico, alguien especializado en inyectar significación y sentido a los hechos brutos”.

Para cualquier periodista que respete su independencia, está claro que la influencia técnicamente correcta que se ejerce en los medios no es a través de los comentarios, sino de los mismos hechos. “Los medios son en definitiva la arena donde luchan los productores de hechos para influir en el público, mientras que los que controlan los medios sólo relativamente se interesan en esa pugna”.⁵

De otro lado, los propietarios de los medios aspiran básicamente a obtener beneficios económicos, dejando en libertad para que los que trabajan en ellos profesionalmente den noticias interesantes y, a lo mucho, comentarios inteligentes. De ahí que “los más interesados en influir en los medios no son ni los que los poseen, ni los que trabajan en ellos. Curiosa situación”.⁶

La peligrosa conjunción de objetivos entre el sistema político y el sistema informativo peruano se dio cuando el periodista –y peor aún cuando también estuvo el propietario del medio– solapó el interés periodístico con un interés propagandístico, escondiendo el segundo con el primero. De ese modo, esperaba que esa distinción no fuera observada por la opinión pública. Aquí se producen los típicos casos de intoxicación, “cuando el lector recibe propaganda escondida dentro de la información”.

Todos esperan que el periodista se deba, por encima de todo, a la comunidad, “a modo de auténtico liberado para la mejor comunicación informativa de la realidad (porque) igual de peligroso es cuando un periodista confunde su papel y de liberado se quiere erigir en liberador”. Mientras tanto, el propietario del medio no tiene necesariamente que

poseer la misma vocación de servicio que el periodista; “puede estar contaminado de una forma de poder, lo que también se da en una minoría de periodistas, cuando éstos se transforman en un claro peligro social, peor cuando ejercen plenamente convencidos de tal posibilidad y el servidor se transforma en un ser servido”.⁷

“Cuando el servicio lo pasa a hacer el político, estaremos ante un grave deterioro del sistema democrático y el periodista-poder llega a marcar pautas, no de forma lícita desde la natural influencia del medio, sino desde el ejercicio del poder arrebatado a quien legítimamente ha de ejercerlo”.⁸

La neutralidad en la relación medios - políticos

No vamos a debatir aquí el eterno dilema de la objetividad periodística pero es seguro que si en nuestra democracia los actores mediáticos hubieran sido neutros ante el sistema político, ante los políticos, otra historia estaríamos contando. Parece que la actitud imparcial es la ideal, aunque sepamos que no existe la pureza neutral teóricamente deseable en los medios. Habrá que anotar que siempre será muy difícil encontrar la objetividad plena en cualquier otro ámbito de la sociedad.

Los roles de los medios de comunicación y los de la oposición política son distintos pero suelen confundirse cuando los primeros asumen aquellos que les corresponde a los segundos. Es natural y deseable que quienes están en la política y son antagonistas del gobierno actúen en pos del legítimo objetivo de actuar –con mecanismos honestos, se supone– para acceder al poder. Claro está que la meta de los medios informativos no es acceder al poder político, pero puede confundirse cuando coinciden en los mismos mecanismos –en los honestos y en los vedados también– que utilizan los políticos.

No vamos a engañarnos al ignorar que esta confusión está casi institucionalizada cuando los medios pertenecen o están vinculados empresarialmente a un político o a la familia de alguien que hace política. Este es uno de los peores vicios de la profesión, ejercitada en comunidades que, como la nuestra, están empobrecidas democrática y políticamente.

“El gobernante que llega al poder tras los manejos de un editor tan irresponsable, en modo alguno podrá actuar según su libre albedrío (...) esta sinergia entre el medio y el político no es buena para una democracia, aquí, inestable, ni para el mundillo informativo, con imagen degenerada ante estos episodios, muy vistos en ciertos países iberoamericanos; en todo caso, no es más que una nueva versión de las viejas historias caciquiles de siempre...”⁹

Cuenta Arturo Maneiro¹⁰ que un viejo conocido suyo, cuando ejercía de periodista, en ruedas de prensa, actos políticos y sociales, en trato constante con ministros, en muchas ocasiones acababa creyéndose que él era tan importante como el ministro: le hablaba, cambiaba impresiones con él, opinaba o le daba consejos. Sin embargo, la dura realidad quedaba patente al finalizar el acto: el político marchaba en un impresionante coche oficial y su amigo volvía a la redacción en su pequeño auto.

Lo importante es evitar las interferencias, aquellas que distorsionan la realidad de las cosas, aquellas que convierten a la verdad en mentira, o en medias verdades, que engañan en vez de informar a las audiencias y que, por lo tanto, no permiten una correcta formación de la opinión pública. Es, en la práctica, imposible que los periodistas podamos mantenernos absolutamente ajenos a la influencia política, pero sí es posible el esfuerzo por conseguir que esa influencia no interfiera hasta el extremo de conculcar el derecho a la información de los ciudadanos.

Es más, cuando esa influencia política mutua es inevitable, debe mostrarse nítidamente ante la audiencia, de forma tal que, cuando se ocultе, quede en evidencia la mala fe del informador. En consecuencia, se trata de un reto para los informadores en tanto exige un mayor esfuerzo de valoración y de sentido crítico, a pesar de que las rutinas impiden muchas veces una mejor percepción de la realidad.

Hay quienes, como hemos visto, no estuvieron dispuestos a mantener esa independencia de criterio y cedieron a las tentaciones del poder cuando éstos, ya sabemos, suelen manifestar su incomodidad ante una prensa independiente. “... Se comprende que los gobernantes se sientan incómodos ante una prensa responsable e independiente (porque) una prensa que cumple con su deber no es una prensa amiga. Tampoco es necesariamente una prensa enemiga. Controlar, manipular o

simplemente influir en los medios de comunicación social es siempre uno de los primeros objetivos de todo grupo que pretende ejercer el poder o una parte de él”.¹¹

La auditoría editorial

Según Antoni M. Piqué¹², “en América Latina, más que en otras regiones, la suerte de los medios estuvo atada a la suerte de la prensa, y aún lo está”. Describe una realidad que todos conocemos porque —dice— la gran mayoría de los diarios latinoamericanos nació como un emprendimiento familiar con el objetivo de defender unas ideas políticas o sociales o la carrera de un político o de un empresario. “Los fundadores solían ser personajes desmesurados, que defendían con pasión sus ideales, sus intereses o ambas cosas. Hacían diarios y ganaban dinero con ellos, pero no ganaban dinero haciendo diarios —diferencia sutil pero relevante”.

No obstante, agrega Piqué, “... para bien y para mal, entendían que su responsabilidad iba más allá de las páginas que editaban”. En las empresas informativas esa responsabilidad suele estar guardada en un lugar tan desechable como pueden ser dos hojas de papel... y en la conciencia de algunos pocos periodistas: la línea editorial.

Además, como suele ser un dicho popular “dime de qué te ufanas y te diré de qué careces”, todos se preocupan por contar con una declaración de principios que se publica en el libro dorado o se enmarca para lucirse como objeto sagrado. Pero la falta de veneración a la ética periodística es la que le permite a los académicos concluir que “la falta de sentido de la medida en el argumento editorial es una de las fallas de la prensa latinoamericana”.

Eso sin contar con la calidad del trabajo, escaso de información documentada, de datos, referencias, contexto y continuidad. “La cultura profesional es, en este sentido, escasa aún. Leyendo los diarios nadie sabe bien qué pasa sino lo que algunos dicen que pasa. No se advierten los procesos sino sólo instantáneas, momentos inconexos: ruedas de prensa, declaraciones, comunicados...”¹³

Quizá eso explique la importancia que los medios dan a los columnistas, articulistas, analistas y especialistas que, siendo ajenos a la plantilla de

una redacción, monopolizan la opinión y la crítica editorial. El éxito de muchos de nuestros diarios responde, en buena parte, a las plumas de sus editorialistas (“a la editorialización de sus contenidos”) pero no a la cantidad o calidad de su trabajo informativo. Los articulistas resultan, en este sentido, mucho más importantes que los periodistas en el papel orientador de la opinión pública pero muchos de ellos no responden necesariamente a la línea editorial del medio, coinciden en algunos aspectos parciales pero no en la visión de conjunto de la empresa informativa. Es más, no es extraño que estos especialistas sean voceros de diversos grupos de presión política o económica.

Este defecto es grave y ocurre, en parte, porque en países como los nuestros, el Estado tiene demasiada influencia en la vida pública. Se refleja en el hecho de que la información política y económica determina lo que se considera las secciones más “delicadas” del menú noticioso, perjudicando las noticias sobre la vida del común de los ciudadanos, las noticias locales, del vecindario y sus preocupaciones diarias. Más que expresiones del lector, del usuario, del vecino, los medios parecen formar parte del “*establishment*”.

La otra gran parte, la puramente informativa está en manos de quienes deben mostrar sus cualidades en el reportero de la calle, de los archivos escondidos, que es donde suele estar la materia noticiosa. Pero suelen enfrentarse con la carencia de hábitos para la rigurosidad en la verificación de datos, en débiles criterios para valorar y editar esos datos y, además, para narrarlos de una manera atractiva.

Mientras en los articulistas y colaboradores puede encontrarse mejor formación académica, el panorama suele ser diferente en los periodistas propios, puesto que los centros de formación (escuelas o facultades) han derivado en una educación generalista, poco especializada que obliga a las empresas informativas a entrenarlos en un largo camino con los resultados que leemos a diario.

A la vez, las empresas periodísticas no invierten lo suficiente en la formación de sus cuadros intermedios. Recién están madurando las relaciones entre los medios y los claustros académicos puesto que en ese ir y venir es donde se produce el mutuo enriquecimiento de la formación profesional.

Desde el punto de vista gremial, esas relaciones entre la academia y las empresas informativas también siguen siendo deficitarias. Los colegios, asociaciones, federaciones y otros tipos de organizaciones profesionales, derivadas en el sindicalismo, en las “reivindicaciones” laborales, viven divorciadas de la empresa informativa y más aún de las universidades.

Por eso, también, las organizaciones internacionales de prensa tienen puesto el acento en la defensa de la integridad física de los periodistas, en su protección ante abusos del Estado y algo más sobre el libre acceso a la información. La vigilancia de la calidad informativa, de la ética profesional, quizá ocupe uno de los últimos lugares.

Las condiciones económicas del periodista promedio suelen ser también otra de las debilidades de la actividad, que no justifican pero colaboran a las condiciones para que la verdad sea la primera víctima, cedan a las presiones o se vean involucrados en casos de corrupción. Muchas empresas están interesadas en proporcionar un “segundo” empleo a periodistas bien ubicados en medios porque son un hueco por donde se puede ingresar e influir.

Una democracia saludable requiere, aunque suene a perogrullada, el saludable comportamiento de las instituciones políticas e informativas, con reglas de juego claras y firmes. En este comportamiento orgánico unas acuden a las otras, como en el sistema inmuno defensivo, activando anticuerpos cuando se detecta la presencia de factores intoxicantes.

Estos mecanismos no están completamente activados en nuestra democracia que ya ha probado sus debilidades de forma y de fondo. La forma es evidente en la trivialización y espectacularización de los contenidos, influenciada por la televisión —como hemos anotado— y por la pobre economía de las empresas informativas (radios, canales de televisión y periódicos), más preocupados por el “*rating*” que por la responsabilidad social que les corresponde.

Aquí la forma se conecta con el fondo del problema cuando verificamos que la prensa nacional no tiene tradición de culto a la línea editorial. Empresas, periodistas, gremios y claustros menosprecian el análisis deontológico, de propios y extraños, ante los resultados de la gestión informativa. De hecho, ninguno de los medios nacionales es capaz de aplicarse a sí mismo una auditoría sobre su línea editorial con el mismo

o parecido interés al que ponen en una auditoría contable para conocer sus resultados económicos.

Recién, tras la negra experiencia de la corrupción en los medios con el régimen de Fujimori, periodistas y gerentes comienzan a darse cuenta que es un buen negocio gozar de la credibilidad de la ciudadanía mientras dejan en manos de otros la política de gestión basada en la mera reducción de costos.

Quizá éste sea el mejor momento para que nos convenzamos de que también es un buen negocio invertir en mejorar la formación profesional de los periodistas y demostrarle a otros protagonistas de la vida pública –políticos, empresarios, líderes sociales...– que esta prensa saludable éticamente es un factor de convivencia que fortalecerá a la sociedad en su totalidad.

Notas Bibliográficas

- 1 *En la sala de la corrupción*, videos y audios de Vladimiro Montesinos (1998 -2000), Presentación, Tomo I. Biblioteca Anticorrupción. Lima, Fondo Editorial del Congreso del Perú 2004, pág. XI.
- 2 ALBERTOS, José Luis M., “Los Medios como Escenario de la lucha entre políticos” en: *Estudios de Periodística VIII*, Madrid, Sociedad Española de Periodística, 2000, pág. 138.
- 3 FONTÁN, Antonio, Conferencia en Central Cultural de la Villa Madrid, octubre 1977.
- 4 *Ibídem*.
- 5 GOMIS, Lorenzo, *Teoría del periodismo*, Barcelona, Ed. Paidós, 1991, pág. 161.
- 6 *Ibídem*.
- 7 PABLOS, José Manuel de, “El Periodismo no es una forma de política-poder (o no debe serlo)”, en *Estudios de Periodística VIII*, Madrid, Sociedad Española de Periodística, 2000, pág. 144.
- 8 *Ibídem*.
- 9 *Ibídem*, pág. 151.

10 MANEIRO VILA, Arturo, *La política como actor de la Información*, pág. 245.

11 Justino Sinova, ‘La presión del Poder sobre los medios’, en “Ética, Ciudadanía y Política”, *Cuadernos Veintiuno*, N° 9, 1996.

12 PIQUÉ, Antoni M., Análisis Intermitente de los medios latinoamericanos en *Mediacion*, Abril-2004, (<http://www.mediacion.com/mediacionline/temas/medios/object.php?o=152>).

13 *Ibídem*.

RESUMEN

El autor propone que la prensa asuma el reto de someterse a sí misma a una auditoría editorial para evaluar los resultados de sus obligaciones sociales, con el mismo entusiasmo con que mide sus resultados económicos.

Para ello, Rodrich comenta aspectos de las debilidades de la profesión en las empresas informativas, en los periodistas, en sus vínculos con la política y el sistema democrático, en las organizaciones gremiales y en los claustros académicos, donde se ha descuidado el culto a los principios editoriales.

POLITICS, DEMOCRACY AND PRESS

The author says that Press assumes the challenge to submit itself to an editorial auditing to value the results of its social obligations with the same enthusiasm of its economical obligations. So Rodrich comments some aspects of the profession weakness in the press agencies, journalists, in its relation to the politics and the democratic system, in the union and academic institutions where the culte to the editorial principles has been neglected.