



Febrero - Marzo
2005

Medios de Comunicación y Periodismo: sus Tensiones Políticas

Número Actual

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Por Verónica Longo
Número 43

De los medios, la economía y el poder

Históricamente y desde su aparición, los medios masivos de comunicación han sido *empleados* con algún fin desde sectores privados y públicos, y en los que siempre se ha disuelto el concepto de poder.

El medio –como instrumento– ha servido para propagar y reproducir ideologías diferentes en forma de valores, testimonios, opiniones. Cual en un circuito económico, la producción, circulación y consumo de mensajes mediales ha posibilitado una mayor o menor influencia sobre los sectores sociales.

Así, por ejemplo, la hoja del journal que se imprimía en el XVIII equilibró el espíritu de empresa con las ideas liberales y románticas. Por su parte, *La Gaceta de Moreno* también fue utilizada como tribuna política. La radio, en tiempos de guerra, sirvió como una excelente aliada en la contención de las masas. El salto cuantitativo y cualitativo que suponen la televisión y las nuevas tecnologías hablan de una nueva forma de intromisión de la esfera pública en la esfera privada¹.

Hoy, la dominación ideológica² desde los medios no ha decaído, sino todo lo contrario: el escenario político y de discusión pública pasan –casi exclusivamente– por la prensa, la radio y, sobre todo, por la televisión.

Los mass-media, como partes integrante de la Sociedad Civil, enseñan una honda vinculación con el Estado. Según Holzer (1978), la comunicación social se ubica bajo un sistema de producción específico (el capitalismo de monopolio estatal), y marca como algunas de sus funciones principales las de ser un factor constitutivo del sistema de dominio y de legitimación ideológica:

Gracias a la peculiaridad estructural del Estado y las emisoras en el proceso de reproducción de la sociedad, existe la posibilidad de establecer ideológicamente la estructura de compromiso requerida para la política estatal de mediación de los intereses del capital, y de capacitar de esta forma a los medios de transmisión para que completen activamente la función material del Estado en el proceso de producción del capital con una función ideológica y eventualmente incluso con una función igualmente material (Holzer, 1978, p. 179).

Ahora bien, los cambios que se vienen produciendo alrededor de los medios no son independientes de aquellos que ocurren en la sociedad: en el presente, el sector de la información se impone sobre la industria; los partidos políticos atraviesan una crisis de representación del electorado, y éste abandona cualquier forma de participación y articulación social; empresas de libre competencia se convierten en oligopolios que se amparan bajo la

legislación estatal; los avances tecnológicos ocurren de manera cada vez más acelerada...

Vemos entonces que las modificaciones en el seno de la sociedad (ya sea en materia económica, tecnológica o cultural) inciden en la forma no sólo de hacer política, sino también en su relación con los medios. "Tecnopolítica", "videopolítica", "abandono de la plaza pública" (Sartori, 1997; Sarlo, 1994; Mata, 1994) ,"la prensa como fiscal", "los medios de comunicación como contrapeso opositor" (Barros, 1996) son expresiones que intentan ilustrar, describir y explicar un clima de transformaciones en la manera de, por una parte, generar el mensaje, y por la otra, de consumirlo y decodificarlo. El escenario de la vida pública y política son (re)presentados casi con exclusividad por los medios de comunicación. El 'político' y el 'ciudadano común' se encuentran mediados por el instrumento: éste acentúa lo fugaz, el clip, la imagen, el suceso extraño y espectacular, con el consiguiente desamparo de las instituciones³.

Dice Beatriz Sarlo,

Doña Rosa sólo puede vivir en un mundo de política massmediatizada ... La política que le interesa está construida por los comunicadores, el orden del día propuesto por los noticieros de televisión, la confiabilidad sustraída de los representantes para ser administrada por los líderes de los mass media. A la cultura de la discusión parlamentaria ... le sucede la de la mesa redonda televisiva donde los periodistas dictan cátedra (liberal, progresista, democrática o reaccionaria) a los políticos (1994, pp. 91-92).

La ciudad comienza a dibujarse con otros trazos. Los medios son la vidriera por donde pasan el espectáculo, las mercancías y la política. El mercado está hoy en la pantalla de televisión. Los oferentes –que a veces son empresas, a veces son el Estado– llevan sus productos al zoco electrónico. Allí, exhiben y hacen circular desde una lámpara de luz hasta propagandas que concilian el sacrificio y el placer; la participación democrática y la inutilidad de la huelga. La consecuente reclusión en hogares u otros espacios cerrados deja ver una suerte de atomización e individualismo que atenta contra la polis, contra la res publica.

El periodismo de nuestros tiempos

En este marco ¿qué pasa con el periodismo? ¿cómo se presenta el hacer periodístico?

Hasta ahora, hemos estado trabajando bajo el supuesto de que los medios de comunicación (histórica y contemporáneamente) son actores sociales fundamentales en la construcción de "lo real" y de "lo social". Frente a esto, lo que acercan los medios es una realidad parcializada, no neutral ni desligada de intereses de distinto orden.

La objetividad en los medios no existe (esto abarca, obviamente, también al periodismo). Es el lenguaje mismo el que, en su proceso de conceptualizar el mundo, a la vez lo limita y lo ordena. El periodista hace uso de este lenguaje y desde él se relaciona con sus lectores, oyentes o televidentes, y demás instituciones. El periodismo tiene hoy una centralidad y relevancia inusitada en la construcción (y reproducción) de las prácticas sociales, en todos los ámbitos de la vida: en lo cotidiano, en lo laboral, en lo profesional, en lo privado. Cercano a este punto, debemos decir también que son los medios cada vez más los que (re)construyen la legitimación del poder, procesan y definen identidades e imaginarios.

Llegamos así a preguntarnos e interrogarnos sobre aspectos que trascienden lo mediático y nos ubican en lo témporo-espacial: ¿Algo es real en tanto se muestra o visibiliza en los medios? Todo lleva a indicar que sí.

Y más aún: el periodismo actual, sobre todo el perteneciente a las grandes corporaciones oligopólicas nacionales y/o internacionales, parece caracterizarse por hacer preponderar el entretenimiento, por mediatizar la política y de la justicia, trivializar los asuntos públicos, simplificar el tratamiento de los hechos (celeridad, instantaneidad, el vivo y directo), interesarse por lo sensacional y dramático, por su gusto por la autocita, etc.

Con lo dicho hasta ahora ni se menoscaba la libertad de prensa ni se cuestiona la obligación a informar y estar informado, ni siquiera se niega la existencia de un periodismo / periodistas independiente(s). Antes bien, se puntualiza y describe un particular modo de utilización de la prensa y los medios, propio de los actuales sistemas democrático y liberales, en los que no puede soslayarse lo político, económico y tecnológico.

¿Otro periodismo es posible?

No podemos dejar de hacer referencia a otro tipo de periodismo, y que si bien se contextualiza en este marco de globalización y capitalismo, se caracteriza por ejercer un contrapoder. Es el periodismo que podríamos catalogar a grandes rasgos como alternativo, y que hace suyo **lo contra-hegemónico: en el lenguaje, en el uso y elección de las fuentes, en las herramientas empleadas, en el foco o marco, en los fines, en las preguntas y respuestas**. Una vez más, la historia nos muestra que siempre ha existido frente a lo oficial, lo no oficial; a lo hegemónico, lo no- hegemónico; frente a la Palabra, las palabras.

El periodismo experimenta desde sus orígenes y contemporaneidad una **tensión política que oscila entre el poder y el contra-poder** (Ammann y Barei, 1991).

Periodismos cívico, de investigación y científico

En este punto queremos detenernos en tres tipos de periodismos que a nuestro entender podríamos llamar alternativos: el cívico, el de investigación y por qué no, el científico.

Con periodismo cívico nos referimos a

Surgido como respuesta a la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación, la baja confianza en la política y en las instituciones y el deterioro de la vida pública, el periodismo cívico -o "público"- es un movimiento renovador que promueve la participación ciudadana en la formación de la agenda y en la búsqueda activa de soluciones a los problemas de la sociedad (Carrasco, 2003)

Como se ve, este periodismo público hace foco en la ciudadanía. Es ella la que fija los temas de agenda; es ella la que se convierte en fuente. Este periodismo propugna, también, una mayor participación, discusión e interés por las cuestiones públicas. Si seguimos a María Cristina Mata (2002) en la sociedad actual, la comunicación es fundante de una nueva ciudadanía ya que colectiviza, hace públicas y representa sus necesidades y propuestas.

Por su parte, la característica más importante del periodismo de investigación, y desde la mirada de Heriberto Muraro es

su actitud crítica ante los políticos. Si bien el término "crítico" puede ser considerado como la formulación de un juicio tanto positivo como negativo, en la práctica de este género consiste en comunicar al lector aspectos de la vida pública que los dirigentes partidarios o los funcionarios preferirían mantener bajo reserva (2000, p. 15)

En este subgénero ya no presenciamos lo que hacen los políticos con los medios, sino lo que hacen los medios con los políticos, y

en donde se deja en claro el rol activo de aquellos (Muraro, 2000).

Finalmente, definimos periodismo científico como el que busca "ayudar a los individuos a mejorar su relación con el entorno que los rodea. Permite llevar claridad en áreas del conocimiento poco entendibles por el público mayoritario y abrir caminos de comprensión donde la falta de conocimiento tiñen de temor lo cotidiano" (Avogadro, 2002).

Los medios y sus mensajes no son la panacea. Lejos están de serlo. En este marco, rescatamos tres tipos de periodismo que idealmente se erigen como de apertura. El periodismo cívico abre caminos de (re)conocimiento ciudadano y de participación; el de investigación, hacia el control político e institucional, y el científico, hacia la unión de ciencia con la vida misma.

Por qué ubicamos el periodismo científico como alternativo

Antes de finalizar, queremos resaltar en dónde encontramos *lo alternativo* del periodismo científico.

Ante todo, y si recuperamos la Declaración de Tokio sobre el Periodismo Científico, éste tiene una "vital importancia ... en una era donde la ciencia y la tecnología se misturan con la vida diaria y se desempeña como un medio de conocimiento y un instrumento para difundir estos temas en países en vías de desarrollo con la intención de mejorar la calidad de vida" (Avogadro, M. 2003). Es decir, nos acercamos a un subgénero periodístico que hace suya la unión de ciencia, conocimiento y tecnología, y con la que se posibilita una mayor comprensión de la propia existencia: cotidiana, individual, grupal o colectiva.

A comienzo de este estudio teórico, afirmamos que periodismo y poder van de la mano y que sus relaciones son insoslayables.

El factor poder no está ajeno al periodismo científico (ni a las demás formas de nuevo periodismo). Sólo que en este caso el poder se encuentra en otros discursos (no oficiales), en los que el conocimiento, la participación y el discernimiento están presentes.

A modo de cierre

Hemos querido trazar un mapa teórico y conceptual en el que ubicamos a los medios de comunicación y al periodismo como relacionados (necesaria e históricamente) con el poder, y que siempre intentan presentarse como legítimos y creíbles.

Por un lado, este mapa dio cuenta de un periodismo que responde a exigencias de nuestro tiempo: celeridad, entretenimiento, afirmación de un sistema, etc.

Por otro lado, dimos cuenta de otro modo de hacer periodismo, y fue ahí que nos concentramos en el cívico, el de investigación, y, particularmente, en el científico.

Si bien lo que se conoce como periodismo alternativo tiene su propia historia signada por la resistencia, en nuestro caso entendemos alternativo como un nuevo periodismo que, en un contexto de globalización y radicalización del sistema capitalista, intenta un modelo de construcción y apertura, a la vez que sienta las bases para escuchar otras voces, otras palabras, otro universo, otra realidad, otros tiempos mediales.

Notas:

¹ Sirvan más ejemplos: entre 1820 y 1850 en la incipiente Argentina proliferaron innumerables periódicos que a través de la pluma difundieron ideales unitarios o federales; la primera imagen que apareció en la televisión argentina fue la de Eva Perón; en 1870 nace La Nación, perteneciente a la familia Mitre, asociada a la aristocracia conservadora nacional. En esta enumeración de ejemplos acerca de la Comunicación y el Poder también debemos mencionar los 84 periodistas desaparecidos durante la última dictadura militar de Argentina, según datos de la

Conadep.

2 Permisémosnos utilizar esta expresión ¿apocalíptica? Distintos teóricos de la comunicación han señalado como funciones o características de los medios: "función otorgadora de estatus y compulsión de las normas sociales" (Lazarsfeld y Merton, 1982); "producción del consenso y construcción de la legitimidad" (Hall, 1981), "la tecnología adquiere dominación sobre la sociedad" (Adorno y Horkheimer, 1981). Como vemos, DESDE SUS DISTINTAS CONCEPCIONES CIENTÍFICAS Y FILOSÓFICAS, muchos de los estudiosos de la comunicación resaltan, como función propia de los medios, cada vez más perfeccionada, el accionar y control ideológico.

3 La idea misma de democracia (y sus derivados: igualdad y libertad) es actualizada en estudios de televisión a través de debates personalistas; a través de la oportunidad "equitativa" que tienen diferentes actores sociales de expresarse, sumado a esto la posibilidad de escuchar "la opinión de la gente", la que generalmente, consiste en definirse por un sí o por un no.

Referencias:

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1981) La industria de la cultura. Ilustración como engaño de las masas. En Curran y otros, *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ammann, B. y Barei, S. (1991) Escritura: poder y contra-poder. En Barei, S. *De la escritura y sus fronteras*. Córdoba: Alción.
- Avogadro, M. (2003, noviembre) Declaraciones sobre Ciencia y Periodismo Científico en *Razón y Palabra*, 35. Recuperado el 2 de enero de 2005, de <<http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2003/noviembre.html>>
- Avogadro, M. (2002, diciembre) Periodismo Científico: Un puente entre las personas y el universo científico-cultural, en *Razón y Palabra*, 30. Recuperado el 2 de enero de 2005, de <<http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2002/diciembre.html>>
- Barros, C. (1996) Medios de comunicación en Argentina: de espectadores a protagonistas del cambio. *Contribuciones*, 2, 105-128.
- Carrasco, S. (2003) Periodismo cívico: la gente define la agenda y delibera sobre políticas, en *Cambio Cultural*. Recuperado el 27 de diciembre de 2004, <de <http://www.cambiocultural.com.ar/investigacion/periodismo.htm>>.
- Hall, S. (1981) La cultura, los medios de comunicación y el 'efecto ideológico'. En Curran y otros, *Sociedad y comunicación de masas*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Holzer, H. (1978) *Sociología de la Comunicación*. Axal.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. (1982) Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. En Moragas, M de (ed) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: G. Gilli.
- Mata, M. C. (2002, noviembre) Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. *Diálogos de la Comunicación* 64. Lima: FELAFACS.
- Muraro, Heriberto (2000) *Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida postmoderna*. Bs.As.: Ariel.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

Lic. Verónica Longo

Docente de la Cátedra de Comunicación, Cultura y Lenguajes Políticos en el Instituto de Formación Docente Continua San Luis, Argentina