

ENTRE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y LA MANIPULACIÓN. EL DELICADO MANEJO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA

Eduardo Ulibarri

1. Introducción

Para quienes, además de hacer periodismo y dirigir un periódico, estamos vinculados a la defensa de la libertad de prensa en el continente, hasta hace algunos años nuestra tarea se desarrollaba en medio de una curiosa paradoja: era muy grande la cantidad e intensidad de agresiones y violaciones contra esa libertad, pero resultaba muy fácil oponerse a ellas.

Los ataques y amenazas, por lo regular, provenían de gobiernos ilegítimos y arbitrarios, o de grupos insertados en sectores militares y de seguridad de esos gobiernos. Apelaban a procedimientos muy visibles y abiertos -y a menudo muy crueles- para silenciar medios y periodistas. Sus acciones, por tanto, era muy sencillo tipificarlas como violaciones a la libertad de prensa. Ante ellas resultaba también relativamente fácil obtener solidaridad. ¿Cuál demócrata, independientemente de su filiación partidarista, iba a negar apoyo al periodista Aldo Zucolillo cuando su diario *ABC Color* fue clausurado por la dictadura de Alfredo Stroessner? ¿Quién podía desconocer que el cierre del periódico era una acción totalmente arbitraria y atentatoria contra derechos elementales?

Vino la actual era de positivo cambio político en América Latina y, con ella, se inicia la evolución hacia formas más democráticas de gobierno y convivencia

social. La paradoja entonces se transforma. Disminuyen considerablemente los atentados directos y abiertos contra la autonomía de los medios; se reducen las agresiones gubernamentales contra los periodistas; la censura, como elemento de control político, prácticamente desaparece. Pero, en democracia, aparecen otros ímpetus y formas de controlar o regular a la prensa, con la desventaja de que, ahora, resulta mucho más difícil combatirlos, porque también es más complejo tipificarlos. Su efectos destructivos inmediatos son menores. Su peligro, sin embargo, es tan grande como los ataques del pasado, no por su intensidad particular, sino por sus efectos posibles a largo plazo y por su influencia en la redefinición institucional de las democracias emergentes, e incluso de algunas más maduras.

Esto hay que tenerlo muy en cuenta, sea que el observador, analista o protagonista esté en el campo de la prensa, en el de la política o en el de grupos sociales organizados alrededor de otros temas y propósitos. La nueva realidad política del continente -esencialmente democrática, aunque con grados y peligros diferentes a su alrededor en cada país- nos obliga a analizar la situación de los medios de comunicación en América Latina a partir de paradigmas diferentes a la simple oposición entre dictadura y democracia, o entre censura y libertad. Si nos mantenemos apegados a los anteriores, podríamos ser víctimas de un análisis muy primitivo, muy irreal y, por tanto, poco útil y hasta peligroso.

2. Los tres desafíos

Un nuevo -y aun muy general- paradigma sobre las relaciones entre la prensa y el poder en América Latina debe contemplar tres focos fundamentales de desafíos:

El terco pasado. Uno es resabio de las épocas autoritarias; del período de las dictaduras. Lo encarnan aquellos grupos que todavía están constituidos en gobierno, o que forman parte y están insertados en alguno de los mecanismos de toma de decisiones, y que, a partir de allí, ponen en práctica, sin apoyo social alguno, medidas que afectan el desarrollo independiente de la prensa y otros medios¹. Su propósito es el del control político al servicio de causas dictatoriales. Aquí se insertan, típicamente, los casos de Cuba y Haití, donde ni siquiera puede hablarse

1 Por prensa se entiende todo medio -o programa dentro de él- que tiene una misión periodística, es decir, esencialmente informativa, de opinión y de discusión. Se incluyen en esta categoría tanto diarios como revistas de información y análisis, noticieros y programas de actualidad en radio y televisión. Como medios se designa a los canales mediante los cuales el público recibe mensajes, sean de índole periodística o no.

de que exista prensa y menos de que sea independiente. Pero también están las recientes erupciones involucionistas ocurridas en el continente. Cuando el frustrado golpe contra las instituciones guatemaltecas, el Presidente Jorge Serrano Elías impuso, como una de sus primeras medidas, la censura de prensa. El control de los medios fue también una decisión inmediata -aunque breve- adoptada por Alberto Fujimori en Perú.

La perversa violencia. A ese tipo de desafío hay que añadir otro muy dramático, muy visible, muy concreto y aún muy frecuente. Es la acción de los grupos irregulares -de denominaciones diversas, pero perversión común- que todavía permanecen activos en muchos países de América Latina. Van desde los narcotraficantes, sicarios y guerrilleros en Colombia, hasta los escuadrones de la muerte que se han asomado de nuevo en El Salvador; desde Sendero Luminoso en Perú hasta los impunes grupos de criminales políticos en Guatemala, o los asesinos a sueldo en México. Solo en 1993 se produjeron 18 asesinatos de periodistas en el continente: 11 en Colombia, cinco en México, uno en Estados Unidos y uno en Guatemala². Todos, de una u otra forma, estuvieron vinculados a grupos irregulares. Mediante una acción al margen de los mecanismos estatales, aunque a menudo en complicidad con algunos de los elementos de la seguridad oficial, estos sectores han convertido a los periodistas y medios de prensa independientes en blanco consuetudinario de ataque. Impedir el ejercicio verdadero de la libertad de prensa -que implica la integridad de sus usuarios- es uno de sus fines, aunque también un instrumento para doblegar a otros sectores sociales.

Los dos tipos de desafíos o amenazas descritos se ubican en el campo externo a la democracia. O parten de sus enemigos externos declarados (como los regímenes de Cuba y Haití) o, aunque existan dentro de ella, se colocan en la periferia y la marginalidad de las instituciones (como los narcotraficantes y escuadrones). Por ello, pertenecen a una categoría altamente peligrosa, porque agrede y asesina, pero también altamente posible de identificar. Son el tipo de enemigos ante los cuales tanto políticos democráticos como representantes de organizaciones civiles, periodistas y medios pueden hacer causa común. Son, en materia de libertad de expresión, información y prensa parte de un "ellos" al cual se le enfrenta el "nosotros" partidario de la libertad y la democracia. Son un resabio del pasado más oscuro de nuestro continente, que aún se niega a repléjarse por completo.

2 Conclusiones del Informe de la Comisión de Libertad de Prensa e Información de la Sociedad Interamericana de Prensa. XLVI Asamblea General. Bariloche, Argentina, 18 de noviembre de 1993.

El ubicuo presente. Mientras nos podemos unir, en principios y estrategias, contra los enemigos ya descritos, hay un tercer desafío que la prensa debe enfrentar dentro de los mecanismos democráticos. Se trata de un peligro potencial que surge de la manera en que algunos componentes del “nosotros” republicano y liberal entienden la forma en que la prensa debe asumir sus tareas en democracia. A veces el peligro también se asienta en la incapacidad o negativa de la prensa para asumir sus tareas en las nuevas realidades políticas y sociales. Es este tercer componente del nuevo paradigma el que amerita mayor reflexión. Los otros son muy importantes y a menudo urgentes, por las cuotas que cobran en términos de represión e incluso de vidas. Pero este, surgido desde la democracia, es más importante para el desenvolvimiento de nuestras sociedades contemporáneas y para la relación que deben desarrollar sus diversos componentes, entre los cuales la prensa y los partidos políticos destacan por su poder para aglutinar voluntades, desarrollar percepciones e influir en el desenvolvimiento institucional.

3. Las demandas a la prensa

Instauradas las democracias y con el sistema político mucho más abierto que en el pasado, los diversos sectores sociales comienzan a plantear demandas crecientes a los medios de comunicación. La alianza previa contra las dictaduras, o la que puede recomponerse si surgen desafíos directos, se resquebraja internamente cuando sus componentes deben interactuar entre sí y definir los respectivos ámbitos de acción. Como dijo ante la XLVI Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) el ex Primer Ministro francés Michel Rocard, cuando combatimos contra la dictadura, prensa y políticos democráticos somos férreos aliados, pero cuando se instaura la democracia surge el tiempo para las críticas mutuas. En la América Latina de hoy estas críticas a menudo toman la forma de recriminaciones contra la prensa, de exigirle cumplir papeles en función de otros grupos, no de las dinámicas y papeles autónomos de los medios periodísticos y consustanciales a su labor. Es entonces cuando lo que en un ambiente de estabilidad institucional podría ser mera tensión dialéctica entre sectores sociales, necesaria para el juego democrático, puede convertirse en peligro contra la libertad e independencia real de la prensa. Porque el resultado pueden ser medidas para cercenarle cuotas de un ingrediente sin el cual ni siquiera puede exigírsele responsabilidad: la independencia.

A las demandas se incorporan diversos sectores sociales: partidos políticos, poder ejecutivo, parlamento, pero también grupos tan variados como los eclesiásticos, ecologistas, estudiantiles, feministas, sindicales, etc. Sea que se organicen para plantear exigencias, o que, sin organizarse, sean detectados como grupos

mediante distintos procedimientos de investigación social, su influencia sobre el desempeño de los medios en general puede ser muy grande.

Las demandas que estos grupos plantean, parten de un cierto replanteamiento de la sociedad con respecto al papel de la prensa. Hasta hace relativamente poco, sobre todo en los momentos de rechazo social al poder arbitrario de los gobiernos, a la prensa se le veía como un contrapoder, en oposición activa a otros existentes, o que los equilibra y atempera. Según este concepto, la prensa se enfrenta al resto de los poderes, sobre todo de índole público, y, al hacerlo, encarna las aspiraciones, los deseos y los legítimos intereses de un conglomerado indefenso. Para los ciudadanos, la prensa es entonces una forma de proyectarse y de defenderse ante la arbitrariedad. Mientras existían dictaduras, a este débil, aunque amplio, conglomerado pertenecían todos los políticos demócratas.

La visión y misión de la prensa como contrapoder mantiene gran parte de su vigencia en las democracias; aún tiene alto grado de exactitud y aún corresponde a una parte importante de la realidad. Todavía grandes sectores del público, frustrados o agredidos en su relación con las instituciones públicas o privadas, buscan -y a menudo encuentran- en la prensa el último recurso para tener alguna influencia en las decisiones que les atañen, y que a veces pueden ser tan concretas como obtener respuesta a una consulta sobre tarifas eléctricas. No se debe olvidar, en este sentido, que de los derechos ciudadanos reconocidos en la mayoría de las constituciones de América, el que los ciudadanos ejercen más cotidianamente es la libertad de expresión. Los medios son el principal vehículo para darle a ese derecho una dimensión social y colectiva, y para, a partir de ella, obtener satisfacción a muchas otras necesidades, intereses y aspiraciones.

Sin embargo, esta definición del papel de la prensa en el juego de influencias sociales ha comenzado a transformarse. Cada vez más, una gran cantidad de grupos sociales -incluso los más identificados con el concepto de libertad de prensa durante las épocas autoritarias- comienzan a ver a los medios de comunicación no tanto como un contrapoder para defenderse de otras fuentes de influencia, sino como un poder en sí mismo; un poder del cual muchas veces se tienen que defender, un poder contra el que se deben enfrentar a veces aliándose con otros poderes; un poder que puede poner coto y amenazar las cuotas de influencia que esos grupos han ganado o pretenden ganar dentro del juego democrático; un poder, en fin, que muchas veces interviene en su vida y en sus decisiones y al que ven con recelo.

En el replanteamiento han influido dos sectores relacionados, pero diferentes entre sí.

Por una parte están los políticos. Durante las dictaduras, todos -o al menos casi todos- estaban en la oposición; por tanto, la prensa en nada los amenazaba o desafiaba; al contrario, casi siempre era aliada real o potencial. Conquistada la democracia y establecido o reestablecido el juego político abierto y libre, la coincidencia entre prensa y políticos es menor. Sea que estén en el gobierno o la oposición, la concepción de estos sobre la prensa tiende a ser la de un instrumento que debe manejarse para reforzar el ejercicio de sus tareas, o para evitar que las desafíe. Aunque estén de acuerdo con los principios que sustentan la autonomía y libertad de medios y periodistas, cuando estos ejercen su independencia de manera crítica, se vuelven a menudo incómodos. Si esto ocurre en sociedades que están replanteando sus esquemas institucionales, el resultado puede ser muy peligroso. Piénsese en esta mezcla:

1. Una serie de problemas -económicos, políticos y sociales- a los que deben enfrentarse, con urgencia, las democracias emergentes y, por tanto, sus círculos políticos.
2. Carencia de instituciones y procedimientos suficientemente decantados y estables para la resolución de conflictos entre distintos actores sociales, a partir de principios comunes aceptados.
3. Sectores políticos que, en estas coyunturas, pueden colocar las aspiraciones más inmediatas de gobernabilidad y triunfo electoral por sobre las necesidades institucionales y conceptuales de más largo plazo.
4. Organos de prensa diversos, a menudo críticos, a menudo independientes y también susceptibles de cometer errores y actuar indebidamente.

En una situación de esta índole, crece la tentación de cercenar ámbitos de autonomía a la prensa, o de regularla a partir de principios distintos a los de su independencia, pero que también sean socialmente aceptables. La búsqueda de la estabilidad puede imponerse sobre otros fines. Los objetivos más inmediatos de la acción política, o la necesidad de ceder ante presiones sectoriales, pueden prevalecer sobre principios más abstractos y a menudo incómodos en su práctica, como la libertad de prensa. Esto en gran medida explica que algunas de las más recientes constituciones de América Latina, entre ellas las de Paraguay y Colombia, aunque esencialmente liberales, introduzcan una serie de figuras que pueden conducir, mediante su tipificación legal, a la imposición de mecanismos de control sobre los medios.

Pero no solo los políticos han tomado iniciativas de esta índole. Hay otros grupos que a menudo las comparten. Surge así la segunda fuente de influencia para

promover regulaciones a la prensa: los sectores de interés. Su relación con los medios es más ambivalente. En la medida en que se emprenda desde los objetivos particulares del sector al que un ciudadano está vinculado, se asemeja mucho a la relación y percepción de los políticos: la prensa considerada como un vehículo para impulsar la causa o como una amenaza para su realización. A menudo, muchas de las iniciativas para establecer ciertas responsabilidades u objetivos a la prensa nacen de los grupos de interés, luego encuentran acogida en políticos que guardan resquemores hacia los medios, y se convierten entonces en leyes o estatutos.

Existe, sin embargo, otra dimensión de esta relación. Como, al contrario de los partidos, los grupos de interés se organizan en torno a objetivos más limitados, sus integrantes también se vinculan mucho con la prensa desde fuera de sus respectivos sectores. Por un lado -visión interna- pretenden complacencia de los medios periodísticos hacia su causa; por otro -visión externa- pretenden autonomía y crítica de esos mismos medios respecto a las causas de los demás. Como integrante de un grupo, el ciudadano ve en la prensa un poder que puede interponerse en sus objetivos, o usarse para alcanzarlos. Pero como individuo que ha de relacionarse con instituciones múltiples que le son ajenas, rescata el papel de contrapoder del periodismo. Por ejemplo, el industrial habituado a un régimen proteccionista que critica a un periódico por su posición en favor de la libertad de comercio, seguramente tendrá otra actitud cuando ese mismo medio investiga problemas de seguridad ciudadana que él, como individuo, sufre diariamente.

Se da, así, una dialéctica múltiple. Será saludable para la democracia siempre que desde partidos y gobiernos no se trate de utilizarla para establecer regulaciones que cercenen la autonomía de los medios, indispensable para que esa dialéctica se mantenga.

4. Las opciones posibles

La pregunta que sigue es cómo podemos los medios de comunicación y, en alguna medida también, los sectores políticos, afrontar este reto. Hay varias respuestas posibles:

Lo primero es tomar conciencia de la realidad cambiante y de cómo afecta nuestras tareas. Este cambio no solo ha conducido a un cierto replanteamiento de la actitud de una gran cantidad de la población ante los medios. El replanteamiento es aún más severo sobre la imagen, el papel, la función y las expectativas públicas en torno a una serie de instituciones establecidas y tradicionales en América Latina. Hablo de partidos políticos, del poder judicial, del parlamento, del poder ejecutivo,

etc. El grado de duda, de suspicacia e incluso de rechazo que la población muestra ante estas instituciones, y particularmente hacia los políticos, muchas veces es muy grande, y superior al que muestran con respecto a la prensa³.

En segundo término, hay que reconocer la diversidad de experiencias y realidades de nuestros países en la relación prensa-poder. Las recetas inflexibles deben verse con suspicacia. Pero a pesar de las diferencias, en sociedades que, como todas las del continente, son cada vez más diversificadas y escépticas en torno a instituciones, procedimientos y personalidades, es posible afirmar que los órganos de prensa que tendrán mayores posibilidades de supervivencia serán aquellos que se consideren a sí mismos -y que actúen- como entes sociales autónomos. ¿Qué quiere decir esto? Que el ejercicio de su autonomía institucional, que su toma de decisiones, no esté atada a intereses o grupos ajenos a esos medios, sean ellos partidos políticos, gobiernos, gremios empresariales, sindicatos o iglesias. Sin desconocer que los medios de comunicación no son entidades aisladas del resto de la sociedad, y que de manera institucional o personal pueden tener vínculos con sectores externos a ellos, lo importante es que la toma de decisiones periodísticas esté en función de valores que trasciendan los intereses sectoriales y momentáneos de los grupos externos, independientemente de que existan vínculos con ellos o no.

Los medios de prensa que logren sacudir sus ataduras a intereses ajenos a su función intrínseca -que es periodística, pero también empresarial- serán aquellos más capaces de atender las demandas del público, reaccionar ante los cambios, ejercer su papel de contrapoder y, así, no sólo crecer en lo profesional y empresarial, sino también rendir un aporte a la sociedad democrática.

3 En una encuesta realizada en Panamá entre mayo y junio de 1992 por la empresa costarricense UNIMER, las dos instituciones con imagen más positiva en el país fueron la Iglesia (52%) y los medios de comunicación (40%). Las dos con imagen más negativa fueron la Asamblea Nacional (-40%) y los partidos políticos (-49%). En otra encuesta, realizada por la misma empresa en Costa Rica, en mayo de ese año, los medios de comunicación (84%), el Tribunal Supremo de Elecciones (79%) y la Iglesia (78%) tenían la imagen más positiva; la más negativa fue de la Federación Costarricense de Fútbol (15%), los sindicatos (22%) y las municipalidades (23%), pero seguidas muy de cerca por los partidos políticos (24%). En ambos estudios, los porcentajes se obtienen al restarle a las opiniones negativas de las positivas. El 21 de junio de 1992 el diario argentino *Clarín* informó de una encuesta realizada por el Centro de Estudios de Opinión Pública en el área metropolitana de Buenos Aires; en ella, los periodistas recibieron un 71,6 por ciento de opiniones favorables y los políticos un 13,1 por ciento.

Siempre habrá periódicos, revistas, emisoras radiales y hasta televisoras que se consideran órganos de grupos. Siempre habrá prensa proselitista. Pero cada vez será más un fenómeno marginal en nuestras sociedades.

La prensa debe definir claramente que su ubicación sectorial no está en la sociedad política, sino en la sociedad civil. Es una parte indispensable de ella; un cruce de rutas diversas a las que debe atender. Todavía hay muchos medios de comunicación, en América Latina y otras regiones del mundo, que se ven a sí mismos como integrantes de la sociedad política. Están hechos en gran medida por políticos, o por aspirantes a políticos, para gentes que tienen esas mismas tareas o aspiraciones. Se constituyen, prácticamente, en boletines de discusión interna de las elites políticas, y de este modo se alejan de necesidades y aspiraciones de públicos más amplios, o igualmente limitados pero definidos en función de otros intereses. Son estos los medios que pueden alcanzar un alto grado de influencia en el mundo de los partidos y el gobierno, pero se van desvinculando cada vez más del resto de la sociedad. Y como esa sociedad se muestra ahora más escéptica hacia las instituciones y actores políticos, su escepticismo es fácilmente trasladable a los medios que se definen en función de la política. Esto explica la baja circulación de algunos periódicos, a veces muy buenos en cuanto a su contenido intelectual, o muy solemnes en la definición manifiesta de su tarea, pero cada vez más ajenos a su entorno social. ¿Cómo es posible, por ejemplo, que en una megalópolis como México D.F., ningún periódico, excepto los más sensacionalistas, alcance una circulación regular más allá de 160.000 ó 170.000 ejemplares? La respuesta más probable es que se han aislado de amplios sectores sociales. Y, no importa el país, el creciente aislamiento con respecto a la sociedad puede tener cualquiera de estos desenlaces:

- * La desaparición de esos medios, al perder el favor del público.
- * La tentación de aceptar subsidios o privilegios gubernamentales o institucionales -abiertos o sutiles- para garantizar la supervivencia que el público les niega.
- * La aplicación de técnicas de mercadeo desvinculadas de la misión periodística, que estimulan ventas apelando a incentivos poco relacionados con el contenido de los medios y, por ello, no tienen efecto permanente.

La sociedad es una amalgama muy compleja de grupos, individuos, organizaciones, instituciones, pautas, instrumentos, imágenes y relaciones. Necesitamos conocer sobre ella, investigar sobre los intereses del público, indagar en los objetivos de grupos y organizaciones, escrutar las tendencias. Pero al hacerlo no

debemos renunciar al deber de ser líderes que tienen los medios de comunicación. Este liderazgo es, además, una expectativa del público sobre todo con respecto a la prensa. A ratos, en su afán por mantener o aumentar mercados, los órganos periodísticos han dado un énfasis exagerado a la medición de las preferencias del público. Se convierten en prisioneros de las encuestas de opinión. Sobre todo en Estados Unidos, pero también en América Latina, algunas organizaciones de prensa han caído en el error de hacer periódicos como un simple ejercicio de mercadotecnia: detectar preferencias de los consumidores y crear o adaptar productos para satisfacerlas. La tarea es más compleja y sutil. La mercadotecnia está bien entenderla y eventualmente utilizarla de una manera sistemática. Quien no conozca a su público y no se preocupe por satisfacerlo, perecerá. Pero en esa tarea, los medios periodísticos no pueden renunciar al liderazgo, que muchas veces impone polémica, rechazos, asumir causas impopulares, nadar contra la corriente. Aparte de que hay un deber social de hacerlo, existe también, aunque luzca paradójico, un cierto imperativo de mercado: en un periódico, en un noticiero de televisión o de radio, el público no solo busca información o entretenimiento. También espera que se le diga qué es lo importante y cuál debe ser el orden de prioridades en el debate social. El público busca guía, y desea que esta sea lo más independiente, inteligente y atractiva posible. El público exige ética e independencia. Y en su ejercicio la prensa a menudo debe distanciarse y hasta oponerse al poder político o a importantes corrientes de opinión.

Otro aspecto fundamental a tomar en cuenta es el de la tecnología. Su desarrollo puede transformar radicalmente -y de hecho está transformando- la manera en que los ciudadanos se vinculan a los mensajes y a los medios por los cuales los reciben. Estos cambios no solo tienen un enorme potencial en el campo de las comunicaciones; también en el de la política. Incluso en sociedades que, como muchas de las nuestras, aún poseen amplísimos sectores de la población que están al margen de la nueva tecnología, la irrupción de esta en los estratos urbanos tiene un efecto de gran permeabilidad hacia el resto de los ciudadanos. La gran cuestión es cómo utilizar esta tecnología para mantener un tipo de comunicación que sea válida, legítima y congruente para el desarrollo de la sociedad en general, pero particularmente el desarrollo político y democrático.

Hasta ahora, los diarios han sido el tipo de medio que ha cumplido mejor con esta tarea. La tecnología, además, siempre les ha ayudado a realizarla. Ha mejorado los sistemas de comunicación, de búsqueda y procesamiento de la información, de contacto con el público, de procesamiento de datos, textos e imágenes, de diseño, producción y distribución. Ha abierto, en fin, la posibilidad de mayor eficiencia a

la prensa escrita. Pero sería un error para quienes hacemos periódicos desconocer que hay una fuerte tendencia a entregar la información al público de maneras muy distintas a las que prevalecen en la actualidad. La revolución de los multimedia y está aquí, y aunque su curso es aún incierto, no hay duda de que tendrá un gran impacto en algunos aspectos de la actividad periodística: no tanto el de obtención y tratamiento informativo, sino en el de la diseminación de los mensajes. Tampoco hay duda de que la actividad política, la manera de tomar decisiones y ejecutarlas, se verá necesariamente afectada por la nueva tecnología. Cuando, durante la campaña electoral de Estados Unidos en 1992, el candidato independiente Ross Perot hablaba de una "democracia directa" mediante el uso de comunicaciones electrónicas interactivas, estaba dando un adelanto -caricaturesco, quizá- del posible porvenir. Por esto, no podemos descartar la posibilidad de periodismo sin periódicos; tampoco la de política sin partidos políticos.

El otro aspecto del cual tenemos que estar muy pendientes los medios de comunicación es el de la competencia. Un diario, por ejemplo, no solo debe competir con otros que aparezcan en su mercado. También debe hacerlo con los de otros mercados (nacionales o extranjeros), con la radio y la televisión. La competencia es noticiosa y periodística; pero también es comercial: por los presupuestos publicitarios. Es decir, competimos por lectores y anuncios. Pero el asunto va más allá: los medios compiten también por el tiempo libre del público; compiten con las computadoras, con los gimnasios, con los acontecimientos deportivos, con las reuniones familiares, hasta con los servicios religiosos. Y compiten, como fuentes de información y opinión, con cualesquiera otros mecanismos mediante los cuales el público se entere de hechos y versiones u opiniones sobre ellos. Solo los que puedan afrontar esta competencia se mantendrán saludables económicamente y, por tanto, tendrán posibilidades de convertir su independencia institucional en autonomía operativa.

Competir no equivale a descender a los niveles más bajos de interés público. Lo que implica es tener un concepto claro de misión, de fines, de públicos a los que nos dirigimos, de ubicación en el contexto social, de balance entre las necesidades de corto plazo y los imperativos de largo plazo, y, por supuesto, de cómo convertir esto en un tipo de producto periodístico exitoso. Se requiere claridad conceptual, conocimiento del entorno e instrumentos para actuar. Para algunos medios, la opción competitiva, ciertamente, pasa por el sensacionalismo. Pero para otros se asienta en la credibilidad y se manifiesta con una actitud de seriedad, precisión, balance, equidad y apertura, pero sin olvidar la atracción, la agilidad, la disposición para el cambio.

La competencia, sin embargo, también establece ciertos límites y desata algunas dinámicas. Hay hechos que se convierten en noticia no porque un medio esté convencido de que tiene suficientes cualidades para serlo, sino porque sabe que la competencia les brindará atención. Estas dinámicas competitivas son a menudo usadas como elemento para guiar o manipular la actuación de los medios respecto a las fuentes, entre ellas las políticas.

5. El manejo de la información política

Lo anterior nos lleva al siguiente punto: el manejo de la información política y si, al hacerlo, existe manipulación, en qué grados y a partir de dónde.

Como manipulación de la información puede entenderse la aplicación de una intencionalidad extraperiodística al decidir sobre el contenido de los medios. Manipular es introducir elementos exógenos, ajenos a los criterios de valoración aceptados en la profesión o característicos de un medio, a la hora de tomar decisiones sobre el contenido de sus mensajes y la jerarquía que estos ocupan. Pero no solo pueden manipular los medios. También es posible que lo hagan las fuentes, cuando apelan a medias verdades, al sentido de competencia ya citado, al racionamiento informativo, a la orquestación de acontecimientos o a las distorsiones.

Es decir, la manipulación depende tanto de quien origina la información como de quienes deben seleccionarla, valorarla, procesarla y transmitirla al público. Además, no debe perderse de vista que también los receptores -consciente o inconscientemente- manipulan, mediante la selección que realizan del contenido, la forma en que lo comparten con otras personas y sus mecanismos de defensa ante aquello que les desagrada.

Al analizar este fenómeno en el marco de las relaciones entre la prensa y los partidos, tenemos que tomar en cuenta una realidad: los partidos como organizaciones y los políticos como individuos, tienen a la información como uno de sus instrumentos de lucha y promoción. Para ellos la información no es algo neutro; no es un simple procedimiento para transmitir datos, conocimientos e ideas; al contrario, es un componente fundamental de su posible éxito o fracaso. La política, entre otras cosas, se desarrolla en un mundo de imágenes, de conceptos, de percepciones, de discursos sobre la realidad. La información es parte de la acción. Es tan importante para el político como los evangelios y su divulgación lo son para la Iglesia. Por esto, en el campo de la política, cuando hay manipulación, es más probable que esta se inicie en la fuente, no en el medio. Lo más usual es que los medios sean cómplices -inocentes o deliberados-, mas no iniciadores. En ellos puede seguir y amplificarse, pero normalmente no empieza.

La manipulación tiene más posibilidades de darse cuando los medios de comunicación cometen el error ya apuntado de definirse en función de la sociedad política, no de la sociedad civil. Los grupos políticos, los partidos y los gobiernos, con toda razón, tienen aparatos dedicados al manejo y a la difusión de la información. Y no siempre la tarea de estos aparatos es totalmente cristalina, transparente. El fenómeno puede verse en la campaña política costarricense, o en cualesquiera otras, en dos dimensiones. Una es puramente informativa y pretende afectar las decisiones periodísticas de los medios. Otra es propagandística, y se manifiesta mediante publicaciones explícitamente proselitistas. Al analizar la mayoría de las campañas propagandísticas en el continente -cosa que el periódico *La Nación* está haciendo sistemáticamente en Costa Rica-,⁴ se pone de manifiesto que los partidos utilizan recursos y estrategias muy discutibles en cuanto a su apego a la verdad, a la discusión serena, al cotejo de posiciones, a la exposición de programas y planes. Es irónico: muchos políticos a menudo critican a los medios por una supuesta falta de seriedad e incluso por manipular; sin embargo, puestos a definir las campañas, acuden a recursos propagandísticos mucho peores que los posibles fallos de la prensa. El simplismo que a menudo los dirigentes de partido atribuyen a la prensa frecuentemente degenera en caricatura cuando ellos mismos dirigen la propaganda.

Si toda fuente tiene la intención -casi misión- de que sus actos, ideas y pensamientos se presenten de forma positiva, y de que los del adversarios aparezcan de la manera más negativa; si, por esto, la manipulación de la información a menudo comienza en esas fuentes, sean de partido, de gobierno, de cámaras o de sindicatos, y si la fuente va a tratar por todos los medios de afectar el manejo de la información por parte de la prensa, ¿cuál debe ser entonces la actitud de esta? Partiendo de órganos periodísticos que se definen como entidades que pertenecen más al ámbito de la sociedad civil que al de la política, las posibilidades son varias:

Primero, tienen que actuar con autonomía y autodefinición como actores sociales independientes, y hacerlo de una manera legítima, real y no hipócrita. No hay por qué negar que, a veces, los medios confrontamos limitaciones a nuestra autonomía, sean de índole legal, social, económica y hasta profesional. También los periodistas, individualmente, tenemos prejuicios, preferencias y deficiencias. Pero lo importante es que, sin desconocer estas trabas, realicemos un esfuerzo consciente

4 Desde el 1 de octubre de 1993, cuando se inició oficialmente la campaña para las elecciones del 6 de febrero de 1994, *La Nación* estableció un grupo de tres expertos externos que analizan sistemáticamente los anuncios de televisión y prensa escrita (y ocasionalmente radio) de los dos partidos mayoritarios, para desentrañar su estrategia y simbología a los lectores.

porque las decisiones informativas y editoriales estén lo más desvinculadas que sea posible de intereses exógenos y lo más vinculadas que se pueda a principios de la profesión, a la responsabilidad que tenemos hacia la sociedad y el público.

En segundo término está el compromiso con la ética; la necesidad de mantener un distanciamiento psicológico, ideológico, emocional e intelectual con respecto a las fuentes informativas; la necesidad de comprometernos con la verdad. Esto no implica adoptar, de oficio, el papel de adversarios de todo, sino hacer lo posible porque los criterios que imperen al valorar las informaciones y contenidos no sean los de las fuentes, sino los del periodismo como profesión y el público como receptor.

Otro elemento indispensable es actuar con un gran conocimiento y manejo del instrumental técnico-periodístico y del instrumental conceptual con el cual debemos lidiar periodistas y medios. La autonomía solo se puede ejercer plenamente a partir del conocimiento. Y el conocimiento impone rigor, esfuerzo, dedicación y, también, humildad, cualidad un tanto infrecuente entre los periodistas.

En cuarto lugar está mantener una actitud autocrítica; también, muy abierta a la crítica ajena. La arrogancia es mala consejera, y a menudo lleva a considerar como ilegítima o mal intencionada cualquier crítica. Cuando esto ocurre, caemos en el problema que le cobramos al resto de los líderes políticos de la sociedad. Además de estar abiertos a la crítica, los periodistas debemos estimular la reflexión en torno a nuestra tarea, en sectores académicos y profesionales.

Pero también hay que mantener una actitud muy alerta ante quienes desean utilizar los errores en que eventualmente pueda caer la prensa, o las reclamaciones de sectores sociales, para imponer bozales a las tareas de información y opinión. Abiertos a la crítica, sí, pero inflexibles también en la defensa de los principios de libertad de expresión y de prensa, de búsqueda y difusión de la información, de indagación y de evaluación abierta.

Finalmente, la prensa debe hacer todo esto sin perder de vista que la sociedad exige mucho más que información política. Los ciudadanos exigen información sobre todos aquellos temas que los angustian o inspiran; sobre lo solemne, pero también lo ligero. La agenda de información, opinión y debate constantemente se transforma. La pugna política e ideológica ha cedido y, por tanto el papel que se le adjudica a la política es diferente. Ya no se trata simplemente de luchar por ideas abstractas, sino por resultados. Los electores lo han demostrado; los lectores, radioescuchas y televidentes, también. Por esto, temas como la ecología, la salud,

la educación, la eficiencia económica y los servicios públicos, inspiran, entusiasman y preocupan tanto o más que la política. La discusión es a menudo más intensa sobre las pautas de convivencia, las relaciones de pareja, las definiciones sexuales y sociales que sobre programas de gobierno a menudo llenos de abstracciones e ilusiones falaces. La prensa tiene que tomar en cuenta esta nueva realidad; debe reflejarla, pero, más aún, está condenada a ser parte de ella, lo mismo que están condenados los políticos.

Quienes participan en política saben mejor que nadie que no todo en ella es bueno, y que no necesariamente las instituciones políticas como existen ahora van a subsistir; al contrario, sobran razones para suponer que muchas van camino a su desaparición o a un replanteamiento muy amplio y profundo.

Si algo se requiere para buscar salidas, cursos de acción y opciones ante situaciones tan cambiantes como la actual, es libertad para informar, discutir, disentir, cuestionar. Los políticos tienen un deber de reconocerlo, aunque a ratos la libertad convertida en crítica acérrima los incomode, o no entiendan que para defender el derecho a la expresión deben aceptar el ácido de la duda y los cuestionamientos. Los periodistas y medios tenemos el deber de usar esta libertad de manera responsable, pero también imaginativa y sin condicionamientos. Porque su ejercicio, para periodistas y ciudadanos en general, es un derecho inalienable, no una concesión prescindible.