
EL USO DE LOS MEDIOS Y LOS PROCESOS DE FORMACIÓN CIUDADANA

Hilda García Villa

Introducción

“México viene experimentando desde hace tiempo, por lo menos desde los años cuarenta, una crisis profunda de tipo social y político, entendida la crisis como un proceso de cambio sin rumbo fijo, sin objetivos claros y sin la instrumentación de medios adecuados para lograr aún los objetivos imprecisos que se proclaman o intuyen. Todos los mexicanos somos responsables de esta crisis, principalmente porque no tenemos conciencia suficiente de nuestra problemática nacional y porque la participación ciudadana en los planteamientos y soluciones es muy limitada. Por ignorancia, por desidia o por codicia, la mayoría de los miembros de los distintos grupos sociales persiguen su interés particular con notoria indiferencia hacia la colectividad como un todo y hacia la interrelación armónica de las partes.”

Me encantaría que esta frase fuera mía, pero ya Daniel Cosío Villegas, hace unos 50 años, la escribió en su texto *La crisis de México*.

Y si bien es una frase inteligente también es aterradora. Ha pasado medio siglo y México, seguimos diciendo, se encuentra en crisis. De ahí que sea importante, insistimos, una conciencia ciudadana, una conciencia que derive de personas educadas y bien informadas. Pero, ¿por qué no lo hemos logrado?

Pareciera que el estado de crisis ya se volvió la enfermedad crónica del país y la prensa y los medios de comunicación en general nos lo

ponen de manifiesto día con día. Las notas de corrupción, narcotráfico e inseguridad pública abarcan todos los espacios informativos.

Se dice que hoy hay más democracia en México y una mayor apertura en los medios. Es cierto, en México hay un cambio en la política. Las últimas elecciones presidenciales han sido consideradas como las más limpias en la historia del país y los conflictos postelectorales, que durante toda la administración pasada eran parte de la vida cotidiana, hoy han disminuido. Por otra parte, la velocidad informativa, y la misma competencia con otros medios extranjeros a través de la apertura económica y el avance tecnológico, impusieron a los medios mexicanos una nueva forma de periodismo.

Sin embargo, la sociedad aún no se encuentra en los niveles claros de democracia a que aspira ni el periodismo mexicano ha alcanzado el nivel que esa democracia requiere. Ahora bien, para poder hacer un uso de los medios de comunicación en los procesos de formación ciudadana me parece importante entender a la democracia no sólo como el respeto al voto y la alternancia en el poder derivado de ello. La democracia, en mi opinión, es un concepto más amplio. Pienso en la democracia como el marco que permite el real acceso al ingreso económico, informativo y de participación ciudadana.

El estado de las cosas

En un país donde circulan más de 15 periódicos de importancia nacional que sólo son leídos por cerca de un millón de personas de los 100 millones que lo habitan, debemos considerar que no todos desean informarse. Los tirajes de los diarios crecen conforme las noticias sensacionalistas han abarcado sus páginas, particularmente desde enero de 1994, fecha que marca el inicio de una serie de noticias de ocho columnas de importancia no sólo nacional sino internacional.

Por otra parte, en el marco de las libertades, existe un discurso que se fortalece en el marco económico llamado “neoliberal” que desde la década de los ochenta permitió la concesión y venta de señales a particulares quienes, bajo el esquema de la libre competencia y el libre flujo de la información, ahora hecha mercancía, establecen pautas de comercialización basadas en contenidos de “lo que vende”. Los públicos, así, se ven como consumidores y no como verdaderos lectores que ejerzan la crítica y desarrollen su conciencia ciudadana.

Otro elemento que es importante señalar es la diferencia entre medios de comunicación. Cuando nos referimos a ellos, pocas veces abordamos sus diferencias. La televisión maneja un impacto visual que ejerce poca crítica y que poco permite la interacción de los televidentes como tales. Su participación radica en asistir a concursos de televisión y a ser encuestados, muchas veces, sólo para evidenciar nuestro bajo nivel educativo. En el caso de los noticiarios, en la mayoría de los casos la guerra se traduce en ver quién da la noticia más sangrienta, de más violencia. Y este mecanismo de “asombrar” al auditorio lo ejercen ahora varios medios impresos, que con la fotografía o el encabezado más llamativo buscan mostrar el ejercicio de la libertad de expresión.

Los temas de la agenda nacional y de la necesidad de reformar el Estado quedan supeditados a la nota roja que, desde 1994, tiñó a la política y, por ende, a los medios de comunicación. Ahora bien, la libre expresión de ciertos contenidos se dificulta en los medios, pues las concesiones muchas veces se ven limitadas por el marco jurídico gubernamental que impone sus reglas y evita la crítica sobre su actuación.

Por su parte, los hoy propietarios y concesionarios de los medios de comunicación rechazan cualquier nueva legislación para los medios. Por un lado, les preocupan los límites, pero por otra parte les preocupa su concesión, aunque también que se produzca una alternancia en el poder con el cual negociar o renegociar sus espacios.

La corriente contraria, en su mayoría sostenida por políticos, aún plantea la necesidad de imponer ciertas reglas a la expresión de contenidos en los medios. Situación, esta última, muy alejada de la realidad, ya que las regulaciones a las que estuvimos acostumbrados ya no se ajustan a la actualidad, cuando los satélites han logrado el auge de las telecomunicaciones y, más recientemente, de Internet.

Planteamiento del problema

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en el proceso educativo con el que se pretende que se transformen las bases de la vida política del país. Es clara su función de ser promotores de los valores de la ciudadanía y de su cultura política, sobre todo si tomamos en cuenta el deficiente sistema educativo del país. El problema es que los valores que los medios transmiten han tendido a la despolitización o a lograr niveles mínimos de participación ciudadana, según convenga a

los grupos en el poder con los que, por lo general, interactúan en función de las mismas concesiones.

Hoy día son los medios de comunicación los que presentan la información fragmentada, inconexa, sin análisis. La anécdota, el chisme o la declaración del político son el contenido periodístico.

En un segundo plano se ubica el problema de la preparación de algunos periodistas. La poca profesionalización de muchos reporteros genera investigaciones y reportajes pobres, notas carentes de sentido que sólo cumplen con la llamada “cobertura” de la fuente informativa. También sus editores poco exigen, pues lo que importa es llenar el espacio diario. Pocos periódicos y programas de radio y televisión procuran hacer investigaciones y contenidos profundos que den al lector, al radioescucha, o incluso al televidente, información que los eduque en su formación ciudadana.

Si los medios son educadores y promotores de valores se hace imperante que en la reforma del Estado participen con una nueva visión. La misma realidad mexicana promueve que el papel de la empresa que sólo da cuenta de hechos pasados esté fuera de contexto. Lo importante son los receptores, pero vistos como ciudadanos.

Prospectiva

Si bien me he referido a algunos elementos del periodismo mexicano, este problema no es exclusivo de nuestro país. El periodismo de declaraciones, compromisos políticos o nota roja de la agenda local o internacional, así como la disminución del tiraje de los periódicos y de los lectores prevalece en el mundo. De ahí que desde hace unos años haya surgido, en la academia y en algunos periodistas, la necesidad de dar al periodismo un verdadero sentido público, un sentido cívico que acerque esta profesión a las necesidades reales de la ciudadanía en aras de alcanzar sociedades mejor informadas, más democráticas y más participativas.

Desde 1989, el periodista estadounidense Jim Batten, entonces director de la cadena de medios Knight Ridder, hablaba de la necesidad de la prensa por cambiar su estrategia para reconectarse con sus lectores, ya que éstos cada vez se muestran más ocupados y aislados de sus propias comunidades. Su estrategia consistía en que los editores y reporteros encontraran nuevas formas de difundir los asuntos públicos de

importancia e interés para el lector con el fin de que encontrara un espacio de reflexión y acción. Así, el lector pasa a ser un ciudadano.

En Estados Unidos, 1992 se reconoce como la fecha de origen del periodismo cívico o público, como un llamado a los periodistas para que colaboren en enriquecer la vida cívica de las comunidades. Si el buen gobierno depende de la actividad ciudadana y ésta no existe, tampoco hay una necesidad de los ciudadanos por leer y prepararse para realizar acciones. Por ello, ya no sólo se debe hablar de los problemas, tal y como ocurre hoy, sino que se debe invitar a reflexionar sobre ellos y a apoyar posibles soluciones de los asuntos comunitarios.

Periodismo cívico

En aras de proponer una alternativa en la política de medios, podríamos definir al periodismo cívico no como una doctrina o un estricto código de conducta, sino como una filosofía que da un lugar al periodista en la vida pública. Los medios tradicionalmente cubren los asuntos de los políticos y no la discusión y el debate para el lector/ciudadano.

El periodismo debe esforzarse para motivar a la gente a involucrarse en la vida cívica con el fin de resolver los problemas de su comunidad y abatir “las grandes notas nacionales”, como son la corrupción y el narcotráfico, que afectan a sus pequeñas comunidades, sean a nivel regional o local. Son los mismos lectores/ciudadanos los que deben plantear la agenda política según sus necesidades, no los políticos ni los mismos periodistas, quienes cubren la información cotidiana según su interés o el del diario.

Este es el periodismo de las primeras comunidades políticas: hacia el año 58 antes de Cristo, aproximadamente, César partió de la conquista de las Galias. Como sabía que no era muy querido en el Senado y que en su ausencia podía sufrir alguna traición, pensó que el pueblo, en donde era bastante popular, era su mejor defensor. Así, obligó al Senado a colocar todas las mañanas en las plazas públicas un cartel con las resoluciones tomadas en la víspera. Este precursor del diario, el *Acta Diurna*, le daba al pueblo el modo de contrastar lo hecho por la autoridad con lo prometido. El *Acta Diurna* no salvó a César de la traición, pero sí permitió a los romanos conocer las decisiones del poder público.

Sin embargo, el periodismo contemporáneo difícilmente se preocupa por retomar los aspectos ciudadanos, de ahí que en este foro se haga

una invitación a los medios nacionales a retomar la experiencia de otras naciones en la nueva tendencia a cubrir los temas de la agenda cívica.

Si hay una campaña política es claro que se cubrirá, periodísticamente, como tradicionalmente se ha hecho, a los candidatos y a sus grupos políticos, los hechos y los actos que les dan una biografía política. Sin embargo, también es claro que hay que tomar en cuenta a los electores y sus preferencias, las agendas de los candidatos y la comparación de las mismas, así como fomentar el debate para, a partir de ahí, motivar a la emisión de un voto pensado, razonado según la información periodística que invite a la reflexión y al análisis, y no sólo la de los disensos y los conflictos sin solución o propuestas.

Es claro que el periodismo puede, así, ser atacado por “subjetivo”, pero este asunto de la objetividad en los medios ha sido ya superada. Un reportaje no sólo son datos y cifras, también incluye cultura, educación e intención del autor, del editor, del medio, así que todo ello debe ser integrado y aprovechado para desarrollar temas dentro del periodismo cívico.

Conclusión

A manera de conclusión propongo las siguientes alternativas:

Es difícil hacer un cambio en el periodismo tradicional de manera rápida. Además, cada medio cumple con su línea editorial y con sus propios compromisos. Sin embargo, si la democracia empieza a emerger de manera paulatina en nuestro país podríamos proponer un cambio también paulatino en el ejercicio periodístico. Para ello se proponen las siguientes acciones:

- a) Promover una cultura periodística de carácter cívica o pública a través de foros con académicos y especialistas en el ramo.
- b) Promover en las escuelas de periodismo y comunicación social materias que aborden la filosofía del periodismo cívico.
- c) Incentivar la idea de que el lector o el auditorio no sólo es un consumidor, sino que también es un ciudadano.
- d) Convocar a un concurso especializado en el área de periodismo cívico.
- e) Promover la idea de hacer un periodismo más al alcance de todos.
- f) Si hacemos contenidos de interés comunitario, entonces tendremos información que “vende”.