
EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA EDUCACIÓN CÍVICA

Claudia Fernández C.

Introducción

En pleno fin de milenio es innegable que México atraviesa por un difícil proceso de cambio. Sus instituciones se transforman, la sociedad civil está cada vez más organizada y la prensa, aunque de manera más lenta, también ha comenzado a cambiar.

En este proceso no hay retorno: las elecciones han alcanzado la transparencia en su desarrollo; existe una sociedad mejor informada y, por tanto, más demandante, y aunque incipientes aún, los procesos de llamar a cuentas a funcionarios públicos son cada vez más frecuentes.

En el caso de la prensa, sin embargo, la evolución ha ido detrás de las demás. Una de las principales críticas al periodismo mexicano es que en vez de ser espejo de la sociedad la prensa se ha convertido –con contadas excepciones– en un monólogo interélites, incapaz de escuchar las voces de aquellos a quienes sirve y con quienes debería tener la mayor responsabilidad: la comunidad.

En un esfuerzo por permanecer neutrales ante lo que acontece, los periodistas nos hemos alejado de las preocupaciones de los ciudadanos, de sus inquietudes, sus valores y sus objetivos. Esta actitud se ha traducido en una baja credibilidad de los medios ante la sociedad, a diferen-

cia de países como Argentina, donde la prensa es la institución en la que más confía la gente.

Es muy significativo que la suma del tiraje real de los casi 30 periódicos que se publican a diario en el Distrito Federal no alcanza siquiera el millón de ejemplares, en una ciudad de 20 millones de habitantes, según reveló un estudio que el comunicador Raúl Trejo Delarbre publicó a principios de esta década en la revista *Nexos*.

Los medios electrónicos tienen un público mucho mayor, pero también tienen más limitaciones para realizar trabajos de análisis o de mayor profundidad que la prensa escrita, principalmente por su naturaleza de concesionarios, que los hace mucho más vulnerables a presiones por parte de los grupos de poder.

La sociedad se ha dado cuenta de nuestra parcialidad, de la falta de rigor en la presentación de la información, de la falta de ética en nuestra labor cotidiana. Una prensa así no sirve de motor en una sociedad que camina hacia la democracia.

La producción de noticias claras y objetivas es esencial para mantener a la ciudadanía informada, activa y comprometida, vital para esta sociedad democrática. Ya no hay lugar para la ignorancia en un mundo dinámico como el actual, en el que la falta de información puede llevar a tomar decisiones erróneas, tardías e irreparables.

Sin embargo, hay signos de cambio. Primero, el hecho de que la sociedad pueda obtener información mediante diversas vías, como la televisión satelital, la ha hecho más escéptica y más exigente con la prensa local. Segundo, cada vez un mayor número de directores de periódicos, editores y reporteros rechazan la relación de dependencia con el gobierno. Tercero, una nueva generación de reporteros mejor educados y con una visión distinta del periodismo están presionando para cambiarlo desde el interior de las redacciones. Cuarto, se están explorando nuevas vías para reconectar a los medios con la ciudadanía, y una de ellas es lo que se conoce como periodismo cívico o comunitario.

¿Qué es el periodismo cívico?

Periodismo cívico es todo lo que es el buen periodismo y un poco más: es una actitud y un nuevo conjunto de herramientas. La actitud es la afirmación y la conciencia de que los periodistas tenemos la obligación de dar a los lectores, televidentes y radioescuchas las noticias y la infor-

mación que necesitan para tomar decisiones en una sociedad de autogobierno. Las herramientas intentan ayudar a estos lectores y audiencias a ver cómo pueden ser participantes activos, no sólo en la cobertura de los medios, sino en la construcción de sus propias comunidades.

Para Ed Faouhy, director ejecutivo del *Pew Center*, el periodismo cívico “es una etiqueta fresca sobre una vieja idea”; para Jennie Buckner, editora de *The Charlotte Observer*, en Carolina del Norte, uno de los periódicos estadounidenses que más énfasis ha puesto en este tipo de periodismo, “el periodismo cívico es ponerle un nuevo lente a nuestra cámara. Es ponerle un lente gran angular a lo que hacemos... para comenzar a ver un poco más de lo que hasta ahora hemos visto”.

El periodismo cívico comenzó como movimiento en Estados Unidos en 1993, a través de reuniones de periódicos pequeños, coordinadas por Jay Rosen del “Proyecto de vida pública y la prensa” de la Universidad de Nueva York, según cita el periodista James Fallows, editor de la respetada revista *The Atlantic Monthly*, en su libro *Breaking the News*, una de las más fuertes críticas a la prensa estadounidense.

El soporte de este proyecto eran los periódicos regionales y algunas televisoras y estaciones de radio (usualmente en colaboración con los diarios). Para 1995, más de 170 periódicos habían tomado parte en alguna de las actividades del centro de Rosen.

Experiencias conocidas

Quizás el proyecto mejor conocido en la breve historia del periodismo cívico es el del *Charlotte Observer* cuando cubrió las elecciones locales en 1992. Este periódico no quería que su cobertura fuera, como hasta entonces había sido, determinada por los asuntos que cada candidato pensaba podrían ser tácticamente útiles en la elección. En cambio, emprendió un elaborado esfuerzo para determinar qué asuntos eran los que la ciudadanía consideraba de mayor importancia y qué otros asuntos podrían tener un mayor impacto en el futuro del bienestar del Estado aunque el público no estuviera consciente de ello.

El periódico condujo entonces una completa encuesta con más de mil residentes –no necesariamente lectores– para preguntarles sobre los asuntos públicos que más les preocupaban. Después de iniciada la primera encuesta, se organizó para que unos 500 ciudadanos participaran

en un panel constante de asesoría ciudadana para el periódico durante el periodo electoral.

Apoyado en los resultados de la encuesta y del panel, el periódico –a través del juicio de reporteros y editores– hizo una lista de los temas sobre los que el público quería respuestas de los candidatos, que no siempre eran los que éstos querían abordar. Y así el *Charlotte Observer* y la ciudadanía de la capital de Carolina del Norte establecieron la agenda política de esa elección.

Periódicos en Miami, Spokane (Washington) y Dayton (Ohio) han organizado una serie de reuniones comunitarias para encontrar las áreas en las que los ciudadanos están de acuerdo y en las que no. Todos estos diarios descubrieron que el simple hecho de preguntar a la gente sobre sus puntos de vista los hacía sentir más comprometidos con la comunidad y mucho más útiles.

Los ejemplos se repiten a lo largo del país: en otra ocasión, el *Times Picayune* de Nueva Orleans se embarcó en un megaproyecto, que duró más de un año, para explorar las relaciones raciales en la ciudad, luego de que el ex líder del Ku Klux Klan, David Duke, estuvo a punto de convertirse en gobernador.

En lugar de reportear sobre lo que los extremistas blancos más radicales decían acerca de los negros y sobre lo que los nacionalistas negros que buscaban los reflectores respondían, el periódico involucró a 20 reporteros en un esfuerzo por entender las raíces históricas, económicas y políticas de las tensiones raciales en Nueva Orleans. Reporteros negros y blancos trataron por un tiempo de intercambiar sus vidas con el otro, poniéndose en los zapatos raciales del otro y tratando de ver a la comunidad desde esa perspectiva.

Los resultados del trabajo, que se publicaron a lo largo de seis meses, levantaron una gran respuesta del público. Unas 6,500 personas llamaron para comentar la serie u opinar sobre asuntos raciales.

Sin embargo, no han faltado las críticas a este tipo de periodismo. Las grandes cadenas periodísticas, dueñas de los principales periódicos nacionales, desdeñan esta cobertura. Los argumentos principales circulan alrededor de la objetividad, ya que uno de los puntos básicos del periodismo cívico es que los reporteros deben dejar de engañarse sobre su capacidad de permanecer desconectados de la vida pública. Los periodistas no son científicos observando el comportamiento de las moscas de la fruta; inevitablemente cambian la realidad de lo que observan desde que eligen escribir sobre algo y cómo lo escriben, refutan los defensores.

Otra de las críticas es que los periódicos pueden llegar a ser manipulados por algunos grupos de la ciudadanía, ya que los editores y reporteros pierden el juicio de elegir qué información poner en el periódico y cuál no. Los practicantes del periodismo cívico dicen, por el contrario, que es un mayor compromiso con la sociedad ya que editores y reporteros conservan su juicio sobre los asuntos pero prestan mayor atención a la sociedad y al impacto de su trabajo en pos de la salud de la democracia.

En realidad, la diferencia es más bien semántica: en vez de llamarle periodismo cívico, los críticos preguntan si no sería mejor llamarlo “¿buen periodismo?” No obstante, y pese al abismo entre las posturas, ambas partes reconocen que a nadie hace daño desviar un poco de recursos para que en un proceso electoral, por ejemplo, se cubra menos a los “expertos” y más los asuntos que interesan a los votantes.

En México...

En México, el periodismo cívico aún se encuentra en una fase piloto y, por supuesto, todavía no hay teorías al respecto. Más bien existen algunos esfuerzos aislados como el de los reporteros ciudadanos del programa de radio de Ricardo Rocha; las consultas que hace el diario *Reforma* a una selección de personas que llama “consejeros ciudadanos” para que evalúen el periódico y opinen sobre diversos temas, y algunos casos de periódicos en diversos estados del país que involucran a sus comunidades en su cobertura, como *El Diario de Juárez* o *Público* de Guadalajara.

El Universal, por su parte, se ha embarcado en un ambicioso proyecto para poner en práctica algunos de estos conceptos, principalmente en las secciones metropolitanas de su edición del Distrito Federal y de Puebla. Conscientes de la pobre cobertura que se hace de las comunidades locales, *El Universal* ha considerado prioritario abrir espacios para un diálogo con la ciudadanía. La idea es que —a partir del conocimiento de experiencias en diversos diarios en Estados Unidos, y del contacto con instituciones dedicadas al estudio y promoción del periodismo cívico como el *Pew Center* o *The Poynter Institute of Media Studies*, en St. Petersburg, Florida—, el periódico pueda desarrollar un equipo interno dedicado a conocer mejor la comunidad y crear la infraestructura necesaria para responder a preguntas como: ¿qué hacer para enfrentar la inseguridad

pública?; ¿cuáles son las perspectivas y esperanzas de los jóvenes de la ciudad?; ¿cuál es la realidad del desempleo?

A continuación se exponen algunos ejemplos muy concretos de lo que se pretende:

1. Actualmente, en la sección “Nuestra ciudad” hay un espacio llamado “Reporte ciudadano”, en el que se registran quejas sobre diversos problemas que los ciudadanos reportan a un teléfono especial. Lo mismo denuncian abusos que problemas de agua, transporte o vialidad. Hasta el momento no se hace un seguimiento periodístico de los casos sino que sólo se registran en el diario. La idea es que además se siga el caso y se establezca una conexión entre los responsables y los afectados.
2. Encuentros con ciudadanos tanto en sus lugares comunes de reunión (iglesias, escuelas, por ejemplo) como en el diario. Reuniones periódicas con ciudadanos de las diversas zonas de la ciudad y la zona conurbada para saber sus preocupaciones y observar qué tan dispuestos están en participar con el mejoramiento de la comunidad.
3. Reportar más las opiniones de la gente común, es decir, dar voz a los ciudadanos fuera de las delegaciones o cualquier oficina gubernamental.

Hacia dónde vamos

La gente está ávida de noticias locales y, en muchos casos, como medios hemos fallado en dárselas. Quizás este tipo de periodismo sea la respuesta para que la gente lea más los periódicos: ofrecer mayor información sobre la comunidad, en vez de ofrecerles las noticias nacionales e internacionales que generalmente obtienen a través de la radio y la televisión, o textos largos que la gente ya no tiene tiempo de leer. Algunos medios ya han tomado nota de esta problemática.

Por otra parte, los ciudadanos, dice Fallows, entienden que la mayoría de los asuntos están ligados, que los problemas de las escuelas están conectados con la estructura familiar, que ésta está conectada al cambiante mercado laboral, que a su vez está conectado a la economía y los impuestos, que están conectados a incontables situaciones. Los periodistas, hasta muy recientemente, pensábamos que lo único que ligaba estos

asuntos comunitarios era la política. Es increíble que como reporteros hayamos perdido la curiosidad y midamos todo en términos políticos.

Sin embargo, poco a poco empiezan a surgir ideas en las redacciones sobre cómo hacer las cosas de manera distinta. En las elecciones, por ejemplo, comienzan a responderse las preguntas de ¿qué? y ¿para qué?, en vez de ¿cómo? Las preguntas comienzan a parecerse más a las de los ciudadanos. Estamos tratando de aprender a mirar de nuevo, y esa, créanme, es muy buena señal.