

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GOBERNABILIDAD DEMOCRÁTICA

Beatriz PAGÉS

En la mañana del siglo XXI, cuando todavía no despuntan plenamente los rayos del tercer milenio, nos enteramos que la democracia, esa panacea, esa piedra filosofal de la era nuclear se ha convertido en una decepción. Un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) acaba de hacer público que América Latina presenta actualmente una extraordinaria paradoja. Que a pesar de llevar dos décadas con gobiernos democráticos se mantienen y muchas veces se acrecientan los niveles de pobreza y las desigualdades como producto de un crecimiento económico insuficiente. Advierte —de acuerdo a una serie de encuestas que se llevaron a cabo— que más del 50% de los latinoamericanos estarían dispuestos a sacrificar un gobierno democrático en aras de un progreso real y sugiere que hay varios factores que deben ser fortalecidos en la región para garantizar la gobernabilidad democrática tales como: la prensa libre, los derechos humanos y un Poder Judicial independiente.

Quisiera abordar el tema que hoy nos ocupa a partir de la responsabilidad que tienen los medios de comunicación en el desarrollo de los pueblos y por supuesto dentro de la democracia y la gobernabilidad. Siempre se ha dicho que el termómetro para medir las libertades dentro de un país es la libertad con la que cuentan los periodistas para escribir o expresarse. Más aún, los medios de comunicación —sobre todo los electrónicos— se han convertido a últimas fechas en una especie de símbolo y hasta fetiche de la democracia. La pregunta natural que se desprende de esa aseveración o creencia es si, efectivamente, los medios practican la democracia, si son estructuralmente democráticos o si ejercen y forman parte de una deformación de la misma. Todo parece indicar que el fracaso o desencanto de los pueblos latinoamericanos con respecto a esa forma de gobierno —que es también el hastío de la sociedad con respecto al

comportamiento de los medios de comunicación— tiene que ver con una concepción equivocada de los límites, derechos y obligaciones que lleva implícita una democracia con gobernabilidad.

Las potencias occidentales impusieron al mundo una idea de libertad que ha trastocado los principios y valores universales. Una libertad sin acotamientos jurídicos y éticos, es una libertad caótica; y ese tipo de libertad es la que hoy rige el comportamiento de todos, lo mismo de gobiernos que de partidos, funcionarios, ciudadanos y medios de comunicación. Las empresas noticiosas y de entretenimiento utilizan sin ambages los derechos humanos como recurso para protegerse contra cualquier demanda por haber mentido, injuriado o magnificado determinada información. Los consorcios radiofónicos, televisivos y de prensa escrita son hoy un eslabón muy importante del capitalismo salvaje y como tales sustentan su existencia a partir de una concepción mercantilizada del periodismo. Compiten para acaparar anunciantes, para constituirse en una potencia comercial y han dejado de lado sus obligaciones fundamentales con el individuo y la gobernabilidad. Gobernabilidad que es educación de los pueblos, que es formación de una sociedad con conciencia cívica, que es defensa y fomento de la cultura nacional, que es fungir, naturalmente, como un equilibrio crítico, objetivo e imparcial frente a los excesos cometidos tanto por el poder político como por el económico.

En lugar de lo anterior, tenemos medios de comunicación que —permítanme el paralelismo— recuerdan a un carro romano sin jinete y con caballos desbocados. Pasan por encima de todo haciendo estragos y sin pedirle perdón a nadie. Es el ejercicio demencial de la libertad y la democracia. En aras de ganar *rating* y elevados índices de venta los medios, junto con los gobernantes, han convertido las pantallas, los micrófonos y las primeras planas de los diarios en arenas circenses, en aserrín de cantina donde lo mismo se insulta que se resuelven o pretenden resolver asuntos esenciales para la nación a través de la diatriba, de la violencia verbal. Más que unificadores, más que promotores de acuerdos entre las partes, los espacios noticiosos se limitan a ser palenques políticos. Alguien, como es costumbre, dirá: los medios de comunicación simplemente informamos, somos un reflejo o espejo de lo que ocurre afuera. Ese argumento responde a una visión simplista y poco honesta de lo que significa comunicar. La gobernabilidad somos todos y exige, por lo tanto, que los medios —sin que sean sacrificadas sus libertades fundamenta-

les—formen parte de un proceso que, sin duda, requiere de un liderazgo político que aglutine y conduzca.

La gobernabilidad en México y en el mundo pasa necesariamente por la transformación de los contenidos en medios de comunicación. Los *surperman* de mitad del siglo XX y principios del XXI, requieren de una revolución informativa, ética y democrática. Son tan poderosos que como todo poder requieren de un estatuto jurídico. Estoy consciente de los riesgos que podría implicar inventar una figura para proteger a la sociedad de los que se anuncia, difunde o publica. Sin embargo, es imprescindible lograr un equilibrio entre la libertad de expresión y la responsabilidad que debe llevar implícita cualquier tipo de manifestación democrática.

Quienes conciben el estatus de los medios como una excepción dentro del mundo de las leyes y las obligaciones se equivocan. Ningún otro instrumento social se encuentra más cerca de las masas o tiene más impacto sobre multitudes que un medio de comunicación. Si la gobernabilidad y la democracia tienen que ver directamente con los pueblos, con los electores y ciudadanos se impone como una necesidad inexorable: la modificación del rumbo que llevan quienes moldean la conciencia y manipulan la conciencia social. Y esos son los medios de comunicación. En lugar de estar únicamente al servicio de intereses mercantiles o coyuntuales tendrían que privilegiar la defensa de los derechos del hombre. La guerra contra Irak nos dejó una gran lección. Ahí vimos cómo los medios fueron cómplices de la guerra y no promotores de la paz; ahí fuimos testigos de cómo en vez de oponerse al racismo y a la satanización de ciertas razas, credos o religiones, contribuyeron a ahondar odios raciales; ahí comprobamos cómo la nación que se ha definido a sí misma como adalid de la democracia y la libertad de expresión dio muestras de la represión más evidente en contra de los periodistas que se atrevieron a criticar el mesianismo de George W. Bush.

No puede haber gobernabilidad democrática sin tener primero una sociedad educada, civilizada, con principios y valores y en ese proceso de formación los medios deben tener un liderazgo natural. Pero, amén de lo social, se antoja que radio, televisión y prensa escrita requieren tener otro tipo de vínculo con los partidos políticos. La reforma electoral es sin duda una de las reformas políticas más importantes del México contemporáneo. O para ser más precisa, debería constituirse en una de las más trascendentes porque de ella depende en gran medida la gobernabilidad democrática que se está buscando.

Las razones son inobjetable: el marketing —sustituto ilegítimo de la política— ha encarecido en forma absurda y arbitraria los procesos electorales. Ya no ganan las mejores propuestas, tampoco los mejores candidatos, obtienen la victoria los grandes capitales. Los comicios del siglo XXI mexicano tienden a convertirse en una olimpiada de millones, en una guerra de billetes donde lo que menos importa es si detrás de esos recursos hay intereses del narcotráfico o financiamiento extranjero. Si no se legisla para poner los costos de la política en niveles razonables la sucesión presidencial del 2006 y las elecciones venideras harán en México una nación vulnerable. ¿Por qué? Porque tanto las trasnacionales como el crimen organizado podrán poner al próximo jefe de Estado, a los integrantes del Congreso y a los gobernadores. Los costos de la política comienzan a parecerse, por ende, a los costos de la droga, entre más cara, más negocio y la política no puede tener precio porque sería tanto como poner en almacenes de lujo la conciencia y la soberanía.

No se puede tener gobernabilidad y democracia cuando la publicidad ha llevado a los más altos cargos de elección popular a comediantes y no a estadistas. Los costos los pagamos como país todos los días: ahí está, precisamente, el desgobierno en el que hoy se vive, la relación desastrosa entre el Ejecutivo y el Congreso, la parálisis de la economía, el empobrecimiento creciente al que se ha referido Naciones Unidas y el trastocamiento —por ignorancia o perversidad— del Poder Judicial. La enseñanza es simple —aunque hay por supuesto muchas otras lecciones—: no se debe permitir que el dinero ponga, a través de los medios de comunicación, al próximo presidente de la República. Para ello se requiere una reforma electoral que revolucione la relación Estado, sociedad y medios.

La gobernabilidad depende de una buena democracia y la democracia mexicana necesita ser auscultada. Habría que hacerle sin temor una autopsia, habría que arrebatársela a quienes la tienen como rehén y se creen dueños de ella, habría que darle la estatura y el lugar justo, sin mitificarla ni devaluarla. Hay que quitarle lo que tiene de místico para hacerla terrenal. Es necesario evitar que se hable de ella como de Jesucristo para, en su nombre, cometer todo tipo de crímenes y gozar bajo su manto de impunidad. Los medios de comunicación son hoy, junto con las urnas, uno de los fetiches de la democracia. Y la democracia hay que definirla para que sirva al hombre, a los pueblos, a la civilización y a nadie más.

Por ello, presento aquí las siguientes propuestas:

- 1) Aprobar la reforma electoral que propusieron hace algunos meses el PRI, el PRD, el PT, el Partido Verde Ecologista y Convergencia para regular en forma más eficaz los gastos de campaña, e ir más lejos como lo ha hecho Canadá y países de la Unión Europea: obligar a los candidatos a privilegiar el contacto humano en lugar de la promoción mediática para, entre otras consideraciones, abaratar los costos de la política.
- 2) Llevar a cabo una reforma dirigida a democratizar los medios de comunicación electrónica. Deben contar con canales de televisión y estaciones de radio no solamente grupos económicos, sino universidades, comunidades étnicas y otros representantes sociales.
- 3) Perfeccionar o hacer más precisa la ley para que los medios, todos sin excepción, privilegien los contenidos educativos, cívicos y culturales por encima de los comerciales.
- 4) Impulsar desde el Congreso, a través de una reforma o revolución de contenidos, que los medios respeten los derechos humanos de las minorías y de las personas. No más una soterrada discriminación racial en programas y comerciales; no más la satanización de individuos; no más la exhibición de altos contenidos de violencia y pornografía, no más la maquila de programas que contribuyen a ridiculizar a la sociedad.
- 5) Crear un *ombudsman* —constituido por ciudadanos— para que defiendan los intereses generales de la sociedad frente a los excesos cometidos por los medios de comunicación.