

Medios y gobierno

La mutua incomprensión

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

El actual gobierno se ha venido desarrollando en un terreno estrechamente ligado a lo mediático, al tiempo que los medios han venido a suplir, de alguna manera, la ausencia de líderes políticos (más allá del presidente) que se constata en la realidad venezolana.

¿Puede esperar un gobierno la colaboración de los medios?, ¿Son los medios de comunicación la plataforma comunicacional de una gestión oficial?. Esas preguntas deben ir, necesariamente, acompañadas de otras: ¿A quién deben rendirle cuentas los medios?, ¿Cuándo la prensa, radio o televisión hablan a nombre de la ciudadanía me están representando o están velando por los intereses de la sociedad?.

Estas interrogantes caben perfectamente en el actual debate político venezolano, pero además son parte de una situación más amplia que no sólo se vive en nuestro país y que refleja un momento de cambios que van desde la relación de los ciudadanos con la política y la irrupción de otros actores —es el caso de los medios— como actores políticos, hasta la transparencia de la gestión pública y la vigilancia social sobre ésta para exigir eficiencia y efectividad.

La particularidad del caso venezolano está dada, sin duda, por el estilo confrontacional del presidente Hugo Chávez, un estilo al cual ni la sociedad, ni los medios, ni el resto de actores políticos del país estaba habituado. Esta relación de “no te quiero, pero te necesito” que marca la interacción gobierno-medios no es nueva en Venezuela y tampoco única en el contexto internacional, lo que sí tiene características propias es el que este debate suceda de forma amplia como discurso en los propios medios y tenga resonancia permanente en las intervenciones públicas del principal

vocero del gobierno de Venezuela.

El segundo gobierno de Rafael Caldera (1994-99) ya colocó en la agenda pública la cuestión cuando hizo un punto de honor la inclusión del término “información veraz” en el documento final de la Cumbre Iberoamericana de Margarita (1997), mientras que tenía expresiones más camufladas como las cartas que enviaba la entonces Oficina Central de Información (OCI) a la prensa para pedirle que escribiera sobre temas positivos para el país.

En ese momento, comenzó a generarse —tal vez con mayor fuerza— la mutua incomprensión entre los medios y el gobierno que hoy marca la coyuntura política del país. Caldera creía que la crítica de la prensa era injusta porque no le reconocía el esfuerzo que se estaba haciendo por el país, y que por tanto se distorsionaba la información cuando no se enfatizaba lo positivo, de allí la necesidad de que la información fuese “veraz”.

Mientras tanto, los medios defendían la posición de que representaban un necesario ojo crítico hacia la gestión oficial, al tiempo que informaban de la realidad, aun cuando esta no gustase al gobierno. Como se ve, el debate no es nuevo en el escenario político venezolano y seguramente no desaparecerá con facilidad.

Al igual que hace cuatro años, estamos ante un debate fundamentalmente político y que tiene enorme trascendencia para la sociedad en su conjunto, pero de nuevo la cuestión

se queda en un nivel de confrontación, de "pelea" entre los medios y el gobierno, sin que sean escuchadas voces de la sociedad en torno al papel de los medios como actores políticos. Del mismo modo resulta relevante discutir sobre la frontera para la intervención oficial en la agenda informativa nacional. Estas cuestiones, más que con el derecho a la libertad de expresión se relacionan con el derecho a la información, y cobran vigencia con el gobierno de Chávez, con el cual se ha ahondado el fenómeno de incomprensión y confrontación comunicacional.

La distancia, o casi es mejor hablar de abismo, entre los medios de comunicación de Venezuela y el hoy jefe de Estado se inició desde la campaña electoral de 1998. Si se releen diarios de aquellos días, por ejemplo, encontramos información parcializada para favorecer a los otros candidatos; esto se expresaba con encuestas donde no se reconocía la importante popularidad con la que gozaba Chávez, pese a que era un sentimiento fácil de constatar en la calle. Cabe preguntarse hoy a qué jugaban los medios en aquel momento, al tiempo que surge una aparente contradicción: si los medios influyen tan decididamente en la opinión y percepciones de la sociedad, cómo es posible que un candidato literalmente arrase en unos comicios en los que ningún medio le apostaba, y al contrario, en su gran mayoría le hacían la contra. Son cuestiones sobre las que valdría la pena volver en otra ocasión.

Un liderazgo mediático y medios en lugar de líderes

El actual gobierno se ha venido des- envolviendo en un terreno estrecha- mente ligado a lo mediático, al tiempo que los medios han venido a suplir, de alguna manera, la ausencia de líderes políticos (más allá del presi- dente) que se constata en la realidad venezolana. Son factores que eviden- temente no se viven exclusivamente en Venezuela, aunque en el país tie- nen sus particularidades.

Paralelamente, y ante el descrédito que vive en general la política (o los políticos en un sentido particular), los medios han pasado de ser únicamen-

te el espacio donde la gente se infor- ma de lo que pasa, a un foco de po- der que influye en la política y que permite un acercamiento entre las necesidades y expectativas de los ciu- dadanos con las autoridades y las de- cisiones que emanan de ellas.

El presidente Chávez, como ningún otro mandatario venezolano en las últimas décadas, ha hecho un uso intensivo de los medios de comuni- cación, especialmente de los radio- eléctricos a través de las cadenas na- cionales para hacer llegar su mensaje a la población. El que se haga uso principalmente de la radio y la televi- sión no es casualidad, el caudal de apoyo político para la *revolución bolivariana* no está en la población que por capacidad económica o ni- vel educativo lee el periódico.

A través del lenguaje hablado, Chávez llega a quienes no compran el perió- dico tanto porque es un gasto que escapa del presupuesto, como a aquel sector de la población venezolana en el cual el lenguaje oral tiene un peso fundamental, más que lo escrito. El jefe de Estado es un gran comuni- cador y se dirige a una audiencia cla- ramente predeterminada. El liderazgo del que goza ahora Chávez está intima- mente ligado a uno de los *enemi- gos del proceso*, los medios de comuni- cación.

El que Chávez sea dominante —comu- nicacionalmente— no se debe de forma exclusiva a que haga una ca- dena de radio y televisión cada vez que le da la gana, literalmente. Su liderazgo mediático se ha forjado en un momento de ausencia de otros lí- deres y se consolida justamente cuan- do se carece del otro (u otros), ante el cual comparar, sopesar y por el cual eventualmente se pueda apostar.

Si se revisara sistemáticamente lo di- cho, por ejemplo, por Chávez en su espacio radial *Alo, presidente* podría constatar que éste es el Espacio (con E mayúscula) en el cual se marca la agenda política del país cada sema- na. Por el programa no sólo desfilan los altos funcionarios, sino que es el espacio —la tribuna pública— para los grandes anuncios oficiales, para las destituciones, para el diálogo con los seguidores. La gestión del gobier- no actual ha tenido a los medios como escenario natural.

La oposición ha contado con impor- tantes espacios en los medios, pero está huérfana de líderes de peso. Sin embargo, aún en ese contexto resul- ta difícil de entender el por qué se escogen como entrevistados en los medios a aquellos añejos personajes que hoy no detentan cargo alguno de representación popular, por ejemplo, o que no gozan de una relevancia so- cial más allá de la que le otorga —en ese momento— el espacio público de la entrevista en un medio.

Si la agenda de los medios pudiera reflejar el momento social y político del país, un primer paso sería abrir los canales de participación mediática fundamentalmente a los nuevos ac- tores políticos, sean estos del gobier- no o de la oposición, o mejor aún, de los sectores de la sociedad que se or- ganizan o comienzan a organizarse de forma autónoma.

En Ecuador, hace un año, un estudio universitario reveló que los espacios de opinión de radio y televisión de carácter nacional entrevistaban siem- pre a las mismas 60 personas. No debe sorprender que si el estudio se hiciera en Venezuela los resultados serían similares, con la acotación de que te- nemos —adicionalmente— una voz oficial predominante.

¿Las voces de una sociedad, la plura- lidad de opiniones de un país, están representadas por cinco docenas de opinadores o por la voz presidencial?. Los medios tienen la responsabilidad de reflejar la diversidad, de recogerla y ponerla en lugar común, sólo así podrían abrogarse legítimamente el derecho de representar a los ciudada- nos. El gobierno —y el poder público en general— tiene el deber de garan- tizar, como lo establece nuestra Con- stitución, el derecho a la información en condiciones de igualdad para to- dos los venezolanos. En un espacio posible de confluencia y protagonismo de los actores sociales organi- zados y de los ciudadanos de a pie, podrían empezar a entenderse, a com- prenderse, los medios y el gobierno.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

COMUNICADOR SOCIAL.

DIRECTOR DE LA REVISTA COMUNICACIÓN