

¿Periodismo cívico?

Primero hay que hacer buen periodismo

CARLOS AGUDELO

Transplantar el periodismo cívico a Colombia es una tarea que plantea una serie de delicados problemas e interrogantes. El primero de ellos es el hecho de que en Colombia la prensa, con muy contadas excepciones, no ejerce un papel fiscalizador ante las instituciones públicas y privadas. Si lo hubiera hecho, hoy posiblemente el país no estaría como está.

Estrictamente hablando, todo periodismo es cívico. Se asume que la protección constitucional a la profesión se debe a que los medios de comunicación de masas —especialmente en lo que se refiere a la recolección, procesamiento y publicación o emisión de información— cumplen un papel fundamental dentro del tejido social como, entre otras cosas, fiscalizadores de las instituciones públicas y privadas.

El término "Periodismo Cívico" fue acuñado en Estados Unidos para denominar a un movimiento que surgió en periódicos de pequeño y mediano tamaño, en ciudades intermedias del interior del país, a principios de la presente década. Algunos periódicos, alentados por el propósito de desempeñar un papel más activo dentro de sus comunidades, decidieron tomar la iniciativa y organizar *instancias de deliberación* ciudadana, fundamentalmente en torno a las elecciones. El movimiento tomó fuerza en los comicios de 1992, cuando Bill Clinton derrotó a George Bush, para iniciar su primer mandato.

Organizar a la comunidad para deliberar sobre temas políticos tenía otra idea subyacente: la de mejorar o cambiar el cubrimiento electoral tradicional de los medios de comunicación, partiendo esta

vez, no de los políticos sino de los ciudadanos. En una serie de experimentos, algunos periódicos decidieron consultar a través de paneles, reuniones, encuestas, etc. cuáles eran los temas que más preocupaban a la gente. Sobre esa base, los medios en cuestión establecieron la agenda de cubrimiento electoral. Por ejemplo, un periódico, el *Wichita (Kansas) Eagle*, logró identificar 12 temas electorales con los cuales hizo un cubrimiento intensivo durante los seis domingos previos a las elecciones.

Allí se empezaron a utilizar términos como "Agenda Ciudadana", "Panel Ciudadano", "Diálogo Público", entre otros. Allí también se empezó a desarrollar la teoría en torno a este nuevo *activismo periodístico* dentro de las comunidades. Los medios que decidieron embarcarse por esta ruta asumieron el riesgo de contradecir algunos principios básicos del periodismo norteamericano, especialmente aquel sobre no influir en la audiencia, con el fin de no contaminar su supuesta "objetividad". De hecho, al organizar eventos de deliberación, los medios tomaron partido, no por uno u otro candidato o política, sino por la comunidad. Por primera vez se empezó a considerar la audiencia como compuesta de

ciudadanos en lugar de clientes. Y los medios y sus periodistas asumieron, ellos también, el papel de ciudadanos.

“Periodismo público no significa cubrimiento dirigido por encuestas, o entregarle el periódico a los lectores. Simplemente significa empezar donde comienzan los ciudadanos y partir de ahí para producir un cubrimiento noticioso que sea central a sus preocupaciones. También significa mejorar la naturaleza del diálogo público”, afirman en un artículo escrito algunos de los ideólogos del nuevo movimiento, Lewis A. Friedland, Jay Rosen y Lisa Austin. “Esta actividad —reforzar la cultura cívica al reconectar la gente a sus comunidades, atraerlos a la política y los asuntos cívicos y reclamar el sistema como propiedad pública— está en el corazón del periodismo cívico. Esto requiere redefinir la relación entre el periodismo y el cubrimiento político”.

El periodismo público en Estados Unidos comenzó impulsado por la percepción, entre los medios de comunicación, de que éstos habían perdido y seguían perdiendo credibilidad ante el público. Esta percepción era paralela a la del creciente cinismo de la gente hacia la vida pública y todo lo que tuviera que ver con la política en general. Aprovechando su capacidad de convocatoria y la disponibilidad de organizar eventos a través de sus periodistas, así como el efecto multiplicador de la información en los medios, éstos decidieron comprometer a los ciudadanos para que trataran de encontrar soluciones ellos mismos a problemas que el gobierno no podía resolver.

A pesar de las críticas de algunos grandes medios de comunicación, entre ellos periódicos ubicados en grandes áreas urbanas como *The New York Times* y *The*

Washington Post, el periodismo cívico continúa creciendo en Estados Unidos hasta el punto de que ya tiene organizaciones propias y cuenta con una importante red de acaudaladas fundaciones que financian proyectos importantes en todo el país. Casi todos los proyectos que se han emprendido en este sentido han tenido éxito, aunque hay que decir que la mayoría han tenido lugar en comunidades pequeñas o medianas, con temas muy focalizados y actores muy concretos.

EN COLOMBIA

Para quienes no entiendan claramente los motivos detrás del periodismo cívico norteamericano, parecería que en Colombia el periodismo cívico es muy activo y floreciente. Algunos llaman periodismo cívico a la organización de campañas institucionales, que casi siempre son instrumentos de autopromoción; o a la participación y organización de conferencias, foros, seminarios, mesas redondas o simposios sobre temas de actualidad pero donde los invitados siempre son personas importantes e influyentes que pertenecen a las mismas esferas de poder, incluyendo los mismos dueños de los medios; o a un cubrimiento electoral que va un poco más allá de lo tradicional y puede incluir debates en vivo donde son los periodistas los que hacen las preguntas.

La idea del periodismo cívico comenzó a ser importada a Colombia no hace mucho, como parte de la estrategia de los medios de comunicación hacia sus respectivos mercados. También empezó a hacer carrera en algunos círculos académicos, donde su descubrimiento dio lugar a la organización de algunos eventos relacionados con el tema. Uno de ellos, auspiciado por la USIS, las

universidades de La Sabana y Pontificia Bolivariana, *El Tiempo* y *Conciencia Colombia*, se llevó a cabo recientemente en Bogotá. Al evento fueron invitados tres periodistas y académicos estadounidenses —Arthur Charity, Tony Wharton y Cheryl Gibbs— todos ellos vinculados a instituciones y medios activamente envueltos en experimentos de periodismo cívico.

A pesar del entusiasmo de los conferencistas y de los participantes y del indudable interés del tema, el evento dejó en claro que transplantar el periodismo cívico en Colombia es una tarea que plantea una serie de delicados problemas e interrogantes.

El primero de ellos es precisamente el hecho de que en Colombia la prensa, con muy contadas excepciones, no ejerce un papel fiscalizador ante las instituciones públicas y privadas. Si lo hubiera hecho, posiblemente no estaríamos como estamos. En efecto, la prensa colombiana se destaca por la ausencia casi total de investigación periodística tendiente a develar casos de corrupción, que en nuestro caso, tratándose de uno de los países más corruptos del mundo, según observadores internacionales, abundan.

El segundo interrogante se desprende del primero: la prensa en Colombia, nuevamente con muy contadas e inocuas excepciones, no es ni ha sido independiente. De hecho, los periódicos y los noticieros de televisión y radio no ocultan sus simpatías con, y sus afiliaciones a partidos o grupos políticos, lo cual a su vez influye, de maneras más o menos sutiles, en su cubrimiento noticioso. Licitaciones, frecuencias y negocios de telecomunicaciones son repartidos entre representantes de los grupos de poder con criterios básicamente

políticos. Por eso en los medios no se hace investigación para no ensuciar a los amigos y copartidarios.

En tercer lugar, la prensa colombiana siempre ha sido oficialista. Así sea a través de una velada oposición, los periódicos utilizan y dependen de una abrumadora cantidad de fuentes oficiales e institucionales para su cubrimiento periodístico. Esto ha hecho de los medios de comunicación los portadores y propagadores de la historia oficial, una historia superficial y descontextualizada, donde no se polemiza ni se contradice y donde siempre se está caminando en una línea muy fina entre la información y la propaganda, donde a veces no se sabe si se está informando o desinformando, donde puede ser tanto o más importante lo que se deja de decir que los que se dice.

En cuarto lugar, el afán de la chiva que determina la racionalidad económica en la distribución de espacio editorial y de publicidad en los medios, hace que estos sean víctimas del síndrome de *la chiva*. No hay tiempo, ni recursos, ni voluntad, ni capacidad, para hacer periodismo de fondo, donde se analicen e interpreten las noticias, donde se exploren temas vigentes en el país que solamente afloran de vez en cuando, cuando sale un reporte o se filtra un informe sobre un tema candente o, por una u otra circunstancia noticiosa, son traídos a la luz pública. Para todos los propósitos periodísticos prácticos, hay una Colombia oficial para mostrar y otra oculta, que sólo sale a relucir cuando hay tragedias o masacres. No en balde desaparecieron de las páginas de los periódicos las crónicas, los informes especiales, las investigaciones periodísticas y de las pantallas de televisión los

documentales informativos y la exploración noticiosa a fondo.

En quinto lugar, en Colombia la sociedad civil ha sido reducida a su mínima expresión. Los partidos políticos tradicionales desde hace tiempo han perdido legitimidad, credibilidad y vigencia. Los políticos se representan a ellos mismos. El resto del país anda a la deriva, buscando héroes en los deportes y los reinados de belleza. Si en Estados Unidos la gente está cansada de la política, ¿cómo será en Colombia? ¿Dónde quedaron las juntas de acción comunal, las organizaciones comunitarias, los comités barriales, las cooperativas, las asociaciones de vecinos, usuarios, consumidores, como instrumentos de deliberación y debate? En efecto, y nuevamente, para todos los propósitos prácticos, en gran parte del territorio nacional reina la ley de las armas y en las ciudades la ley del más fuerte y del más vivo.

En estas condiciones, ¿es posible hacer periodismo cívico?

Algunos intentos se han hecho. El Tiempo, en Bogotá y El Colombiano, en Medellín han tratado y siguen tratando de organizar espacios de deliberación ciudadana con más o menos éxito. Pero la pregunta inevitable que surge en cada caso es la misma que se hacen algunos críticos del periodismo cívico en Estados Unidos: ¿Acaso no se invertirá mejor el dinero y el esfuerzo haciendo una sólida reportería y buen periodismo? ¿Acaso no se están buscando atajos para hacer un trabajo periodístico que la prensa en Colombia desempeña de una manera muy precaria? ¿Qué sentido tiene convocar a la sociedad civil a deliberar donde ésta prácticamente no existe? ¿No tendría más efecto realizar sólidas investigaciones que lleguen a las verdaderas causas de los

problemas para que la gente se informe y pueda tomar las decisiones correctas de acuerdo a sus intereses?

En Colombia, una verdadera labor de periodismo cívico para los medios empezaría por tratar de reconstruir lo que queda de la sociedad civil y tratar de definir sus agendas de cubrimiento a partir de las verdaderas inquietudes y necesidades de sus ciudadanos. Pero primero los medios tienen que meterse en el lodo, y averiguar cómo se maneja realmente el país, untarse de gente y comenzar por escuchar lo que piensan esos lectores y esa audiencia que además de clientes ocasionales, también son ciudadanos atribulados sin ningún espacio ni posibilidad de expresión.

Y para eso los dueños de los medios tiene que cambiar de mentalidad y dedicar tiempo y recursos a hacer el verdadero periodismo que necesita el país. Algunos lo están intentando valientemente. El Espectador, por ejemplo, cometió un costoso error hace algunos meses cuando trató de redefinir el periódico para responder a las inquietudes de sus clientes. Ahora está tratando de responder a las inquietudes de sus ciudadanos.

En conclusión, para hacer periodismo cívico en Colombia, hay que empezar por hacer buen periodismo. Todo lo demás viene por añadidura.

CARLOS AGUDELO es egresado de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, en Nueva York. En la actualidad, es profesor de la Especialización en Periodismo Investigativo de la Universidad de Antioquia.