

El pluralismo de la prensa: imperativo y utopía

PhD. Luis Fernando Coss
El pluralismo de la prensa: imperativo y utopía
Universidad de Puerto Rico
Puerto Rico
lfcoss@gmail.com

ABSTRACT

El modelo dominante, que incluye privatizaciones, grandes negocios y afán comercial, abarca ahora todas las relaciones humanas. De ahí que ahora la acumulación de capital y ganancias se constituye en centro de gravedad de todas las actividades editoriales. Y es esto es lo que explica la inestabilidad o el debilitamiento de los pulsos intelectuales, filosóficos y políticos que se asocian al periodismo.

Señalemos, por ejemplo, que los medios se comprometen con unas rutinas de producción que de por sí demandan una velocidad que anticipan los resultados. La dinámica hace estallar la competencia de otros medios y de los medios entre sí, al tiempo que la Internet disminuye la posición de privilegio imaginada o real de la gran industria.

La fuerte competencia que representa la radio-toda-información 24 horas; la televisión con sus ritmos frenéticos y su encanto por los temas que generan angustia, temor o algarabía. La política aprende de los medios estos libretos de la espectacularización del lenguaje y la comunicación. Los enfrentamientos políticos se suceden ahora a base de contrarios simples y elencos repetitivos en escenas teatralizadas y calculadas de antemano a base de criterios de marketing y rendimiento electoral, la mayoría de las veces, sacrificando la inteligencia y los compromisos de largo plazo. ¡Que nos espera si la prensa opta por reproducir del todo la impostura cultural que proponen los libretos y las imágenes de LAURA EN AMÉRICA!

La Universidad y los profesionales de la comunicación tienen un reto gigante y un aliado potencial: los recursos de las nuevas tecnologías digitales... hasta cierto punto.

PALABRAS CLAVE

Nuevo periodismo, profesionalización, educación en periodismo.

El pluralismo de la prensa: imperativo y utopía

El tema seleccionado, debe advertirse de inmediato, no es un tema de discusión asidua en la llamada opinión pública puertorriqueña. Pregúntense ustedes, por ejemplo, si alguna vez han visto un gran titular de portada que lea: Cuestionada la calidad de la prensa boricua / o, digámoslo en unos términos menos comprometedores: Reflexionan sobre la pluralidad de los medios.

No, el tema que discutimos aquí no pasa nunca por la lista de temas previsibles de la prensa puertorriqueña. No hay entre nosotros una crisis que nos espante como la del Hospital Siquiátrico. No estamos en presencia tampoco de un político en gracia o en desgracia. No hay famosos que prometan revelar sus intimidades sexuales, sean románticas o mater/paternales. No somos protagonistas de un rumor sobre una sortija de compromiso millonaria ni de un video pornográfico. Ninguno de nosotros ha sido arrestado por delito de drogas en compañía de alguna estrella del reguetón. Si no hay crisis inmediata, y tampoco hay fama, las probabilidades de que este diálogo llame la atención de la prensa son extremadamente pocas.

En la calle se le llama “estar bien conectado” cuando alguien o algo, que no reúne estos requisitos, conquista un espacio privilegiado de la prensa. Por el contrario, si el asunto está demasiado relacionado a intereses económicos o estratégicos de la propia empresa periodística, puede que ocurra lo contrario. Hace un tiempo una reportera de un canal de televisión cubrió con esmero las protestas en un pueblo de la montaña por el cierre de una sucursal del Banco Popular, que dejaba huérfanos de servicio a cientos de clientes. Antes de bajar la jalda y completar la edición de la nota, el radar de la censura se activó y la historia quedó sepultada para no ofender a uno de los principales auspiciados del noticiero.

Ocurre más o menos igual en *El Nuevo Día*. El hecho de que la familia Ferré sea el accionista individual más importante del principal banco de este país es un dato que muy poca gente conoce. Las noticias relacionadas, por ejemplo, al nombramiento de Bartolomé Gamundi a la estratégica secretaría de Desarrollo y Comercio del gobierno de Puerto Rico, pasaron por alto que Gamundi es accionista y miembro de la Junta de Directores de *El Nuevo Día*. Ni la Fortaleza ni nadie de la prensa ofrecieron este importante detalle en las notas biográficas del empresario Gamundi, ahora convertido en funcionario.

¿Cómo es que se puede poner tanto esmero en la transparencia del Gobernador, o del Secretario de Educación, o del presidente del Partido Independentista y no en un asunto tan importante y evidente como éste?

Para cada caso individual habrá una explicación que pueda parecer aceptable. No se trata de dudar de la integridad y la honestidad de los periodistas puertorriqueños. Lo que sucede, sencillamente, es que no se puede informar aquello que no se busca. No se puede interpretar aquello que no se ve. Es lo que ha pasado con la noticia de dos millones de refugiados irquies, un dato indisputable de acuerdo a estudios de la ONU, y la muerte de más de un millón, según el análisis de una importante agencia británica. Y de ahí que el estudio profundo del periodismo contemporáneo se interesa, sobre todo, en examinar las estructuras y relaciones de poder que condicionan el ejercicio de la prensa, su mirada y sus prácticas, y que limitan la visibilidad de diversos e importantes sujetos o asuntos de la agenda periodística. Además, si se quiere seguir pensando en un espacio público que quiera llamarse democrático y civilizado, el “pluralismo” en el ámbito de la propiedad de los medios debe ser uno de los temas más importantes en esta época de grandes concentraciones económicas.

La influencia económica sobre la prensa no es invisible sino más bien ninguneada por todos. Si el actual poder judicial, tal y como existe, con sus distintos niveles de jerarquía, estuviera influenciado por tantos intereses económicos, la mayoría de los ciudadanos protestarían y quizá hasta obligarían a sus legisladores a corregir la situación o convocar un referéndum. No obstante, como recordaba Pierre Bourdieu, si esa misma situación es la que ocurre con la prensa nadie se alarma; damos por sentado que así son las cosas.

En una entrevista que hice a Sandra Rodríguez Cotto (2007), periodista muy destacada, ahora inactiva, ésta recordaba con admiración a sus patronos Manny Casiano, dueño de *Caribbean Business* y Antonio Luis Ferré, propietario de *El Nuevo Día*. Y luego de reconocer que tuvo “mano libre” en los periódicos donde trabajó por alrededor de quince años, admitió lo siguiente:

... debo aclarar –dijo– que hay unos “hilos invisibles” que muchas veces mueven a las redacciones. Estos son las ventas, los relacionistas y otros intereses particulares de cada medio, y que muchas veces, pasan inadvertidos para el periodista... (Cotto, 2007)

A partir de este reconocimiento de los poderes económicos es que puede entenderse también el miedo que existe entre periodistas a la hora de hacer su trabajo. Ese miedo existe aún cuando no haya despidos o presiones indebidas. Una encuesta entre periodistas de 2002 indicaba que el 80 por ciento ha sido testigo de al menos un caso de autocensura. En un momento más reciente, Omayra Sosa, quien renunció a *El Nuevo Día* hace unos meses atrás, describe así este fenómeno en la revista digital *Calahondo*(2007):

Tras once años de práctica del oficio en la Isla, que incluyeron posiciones de liderato en el gremio, puedo decir que los reporteros y reporteras hacen su trabajo cotidiano hasta cierto punto sobre una base de temor a reclamar ante sus patronos cuando entienden que lo que se les está pidiendo es algo que no es pertinente, que no es factible con los recursos y tiempo asignados, o que simplemente es antiético. Lo mismo aplica cuando no se da paso a alguna noticia o propuesta de importancia para el país por intereses comerciales o amiguismos. En fin, cuando enfrentan decisiones editoriales que nada tienen que ver con el periodismo y su misión de informar adecuadamente a la ciudadanía para que pueda tomar decisiones educadas.
(Calahondo, 2008)

Se dice que la influencia de los grandes intereses económicos quedaría *neutralizada*, cuando la empresa periodística es fuerte e independiente desde el punto de vista económico. Ante lo cual cabría preguntarse si, precisamente, se ha llegado a ser fuerte e independiente económicamente gracias a servir bien a los grandes intereses económicos, en cuyo caso, no hay independencia real.

El mito de la independencia económica de los fuertes es insostenible, además, por el simple hecho de que la propia empresa periodística se ha constituido ella misma en un poder económico, en un *partner* del establishment, por lo cual se ve obligada a reflejar invariablemente la perspectiva de mundo de los grandes empresarios y los grupos influyentes. No es casualidad tampoco que El Nuevo Día se encuentre entre las primeras 200 empresas más poderosas del país y entre las primeras de la industria de las comunicaciones.

Esto son datos que no podemos ignorar, aunque, claro está, esa relación con el mundo de los grandes intereses económicos no es de por sí, como ningún dato aislado, la única razón explicativa de todo lo que hace El Nuevo Día. En otras palabras, si bien el interés económico es un factor fundamental para el estudio de los medios, no puede encumbrarse estúpidamente como el único o el más importante en todos los casos.

El estudio que hizo Robert Anderson del estado de la prensa en Puerto Rico en los primeros años de la década de 1970 alertó del peligro que representaba la concentración de la propiedad de los medios en pocas manos y la tendencia embrutecedora que implicaba una prensa cada vez más volcada a pocos temas de política local, crimen y farándula. Ese importante estudio, que consistió del examen empírico de cientos de ejemplares en varios años, no recibió ni una breve reseña en ningún medio.

Ignorado desde entonces, la realidad es que el estudio de las relaciones de poder y de propiedad de los medios es un tema tabú todavía en Puerto Rico.

Lo que nos lleva a otro ángulo del tema sobre el “pluralismo de la prensa”. Tomemos de nuevo el ejemplo del poder judicial. Si en Puerto Rico el sistema judicial se limitara a solamente tres jueces, que tuvieran el absoluto control de las decisiones, habría sin duda alguna cientos de estudios que demostrarían los peligros que esto representaría para el bienestar del país. En cambio, nadie repara en que es ésta la situación que se vive en el llamado “cuarto poder”, en la prensa de Puerto Rico, al punto que dos de cada tres diarios que circulan en Puerto Rico pertenecen al mismo propietario, la familia Ferré, con sus diarios Primera Hora y El Nuevo Día.

Esa proporción, de por sí una relación inquietante, debe evaluarse en el contexto de un país que a su vez está sometido a unos formatos de prensa más o menos idénticos. Lo que prevalece es un continuo movimiento pendular entre novedades que provocan placer o goce, o noticias de corte trágico o doloroso. Por eso un siquiatra de renombre ha calificado a nuestra prensa de “periodismo reptiliano”, es decir, apto para moverse la mayoría de las veces a base de dos estímulos animales básicos, como los reptiles, por su falta de cerebro.

Demás está decir que nadie es sujeto ni protagonista de la cuestionable calidad de los medios de comunicación en Puerto Rico. No se trata de adjudicar culpas individuales como quien dispone de la verdad absoluta. Se trata más bien de una lógica del sistema. Esa lógica opera en una dirección aún a pesar de la buena voluntad y los buenos deseos de lectores, periodistas, editores, dueños y anunciantes.

El modelo dominante, que incluye privatizaciones, grandes negocios y afán comercial, abarca ahora todas las relaciones humanas. De ahí que ahora la acumulación de capital y ganancias se constituye en centro de gravedad de todas las actividades editoriales. Y es esto es lo que explica la inestabilidad o el debilitamiento de los pulsos intelectuales, filosóficos y políticos que se asocian al periodismo.

Señalemos, por ejemplo, que los medios se comprometen con unas rutinas de producción que de por sí demandan una velocidad que anticipan los resultados.

La dinámica hace estallar la competencia de otros medios y de los medios entre sí, al tiempo que la Internet disminuye la posición de privilegio imaginada o real de la gran industria.

Y entonces surgen la fuerte competencia que representa la radio-toda-información y cantaleta; la televisión con sus ritmos frenéticos y su encanto por los temas que generan angustia, temor o algarabía. La política aprende de los medios los libretos de la espectacularización del lenguaje y la comunicación. Los enfrentamientos políticos se suceden ahora a base de contrarios simples y elencos repetitivos en escenas teatralizadas y calculadas de antemano a base de criterios de marketing y rendimiento electoral, la mayoría de las veces, sacrificando la inteligencia y los compromisos de largo plazo.

¡Que nos espera si la prensa opta por reproducir del todo la impostura cultural que proponen los libretos y las imágenes de LAURA EN AMÉRICA!

El giro de la prensa ya ha sido evaluado en varias encuestas. La de El Nuevo Día de 2005 colocaba a los medios de comunicación como la institución que más rápidamente perdía credibilidad en los últimos años.

Nadie tiene derecho a decirle a los canales de televisión ni a los periódicos lo que deben poner o no en su programación. Bien, pero: ¿cuál es el derecho que tienen los canales y los medios de prensa a mutilar el libre flujo de otras referencias, el contacto con otros temas, la valoración profunda de los extraordinarios y complejos momentos que vive el mundo en guerra? ¿Qué derecho tienen a ignorar o disminuir la importancia y la complejidad de la salud mental en Puerto Rico, de la drogadicción, de la pobreza y las desigualdades sociales aquí y en el mundo? ¿Cómo es que ningún medio repara, todos los días, en lo que significa para el ciudadano común el alto costo de la vida en Puerto Rico? ¿O la pérdida de oportunidades frente a un sistema educativo o un sistema de salud en decadencia? ¿O de todas las veces que nos sentimos frustrados al ver que las ejecutorias positivas y emprendedoras de miles de puertorriqueños son muy pocas veces valoradas y casi nunca a nivel de los titulares principales, a excepción de aquellos que se consideran famosos?

No puedo creer, entonces, que la prensa comercial, simplemente por incorporar nuevas tecnologías de comunicación que nos permiten leer y ver la acción noticiosa en un solo movimiento, sea capaz de proponernos un mejor periodismo y más democracia, como ha señalado Luis Alberto Ferré, director de El Nuevo Día.. No lo hizo antes cuando se perfeccionaron las rotativas en la década de 1970; no lo hizo después con la llegada de la computadora y no creo que lo haga ahora con los sistemas de información digital portátil. Los casi 40 años de El Nuevo Día, su enorme prosperidad económica, no pueden evaluarse al margen del conocimiento del país que lo ha visto crecer. Desempleo, suicidios,

decadencia de los sistemas educativos, profundización de las desigualdades sociales y culturales, por un lado, y por el lado de la política, un sistema cada vez menos confiable y de eficacia dudosa en casi todos los niveles. Esto también forma parte del país que tiene solo tres diarios de gran circulación, dos de los cuales pertenecen al mismo propietario, en el contexto de un sistema de medios de radio y televisión que sigue más o menos el mismo formato.

Lo que quiero implicar es sencillo: es hora de que los medios dejen de repartir culpas por la situación que vivimos y empiecen a mirarse en el espejo. Y preguntarse: ¿Hasta qué punto el periodismo que hacemos contribuye al pobre estado de la política en Puerto Rico?

Además, las grandes empresas pueden y deben abrirse al debate público sobre su desempeño. La insistente secretividad de sus operaciones sólo puede hacerle daño a este proceso de renovación y autocrítica. No hay secreto más conocido en ciertos círculos que el misterio que rodea la posible venta de El Nuevo Día a intereses extranjeros. Sea cierto o no, la actual dirección tiene la responsabilidad de explicar el curso actual de sus operaciones en manos de gerentes importados principalmente de Chile.

Hablar de lo plural tiene que implicar un respeto por la transparencia. Y en ese sentido, los dueños de todos los medios pueden dar un mejor ejemplo.

Pensar en los llamados medios alternativos y la Internet como un contrapeso es una esperanza válida aquí como en otras partes del mundo donde ocurre exactamente lo mismo, pues Puerto Rico no es una excepción a esta corriente mundial descrita.

El llamado periodismo ciudadano, el esfuerzo que se ha puesto en incorporar nuevos sujetos y nuevos temas, puede y debe continuar profundizándose. En ámbitos muy diversos, encontramos un periodismo de alcance limitado aunque de gran brío en *Prensa Comunitaria* y la revista *Plural*.

La Universidad de Puerto Rico hace una aportación importante y podría hacer más desde *Diálogo*, ya por fin rescatado de un declive innumerable. Pero, para lograr un avance importante deberá tomar en consideración sus propias limitaciones.

DOCENCIA, UNIVERSIDAD Y PERIODISMO

Para mí la docencia es un lugar de aprendizaje y renovación constante. En lugar de someternos a currículos estancos, todo indica que los procesos educativos del futuro estarán más vinculados que nunca al devenir económico y tecnológico. Eso es particularmente cierto para las disciplinas asociadas al

periodismo y la comunicación. La enseñanza del periodismo, por eso mismo, debe marchar por varios carriles virtualmente complementarios e integrados: por uno pasa la docencia, que debe estar atenta a los cambios en el mundo profesional sin menoscabar la musculatura teórica de sus estudiantes. Por otro carril pasa la comunidad, a quien se le debe prestar apoyo intelectual y práctico en el terreno de la comunicación pública y sus aplicaciones concretas, sobre todo en aquellas actividades que potencian la participación y la democracia. Pienso en las comunidades carentes de poder e influencia. Y por otro lado pasa la investigación, el lugar quizá más ninguneado por las ideologías que animan un mundo sin horizonte moral ni responsabilidad social.

Docencia, servicio a la comunidad e investigación, en el contexto de una conciencia democrática y democratizadora, son tres dimensiones que deben integrarse en una experiencia educativa y universitaria coherente. Existe hoy demasiada disparidad entre los recursos que se le dedican a cada una, y eso es preocupante.

La Escuela de periodismo de Puerto Rico dio un ejemplo de autonomía e iniciativa propia en la experiencia de LAJOTA durante el año 2008. Se hizo una revista digital con un perfil claramente juvenil, abierta a experimentar con formas y géneros, y sobre todo, decidida a buscar lo original en lugar de practicar lo sabido. La primera gran revista multimedia de estudiantes en todo el sentido, intercalando modos de hacer y de pensar en la red. No parecía un suplemento de ningún diario puertorriqueño.

A juzgar por el conservadurismo que han demostrado, hubiera sido difícil para LAJOTA sobrevivir en la prensa comercial como se proyectó originalmente. El lema de la gerencia de *El Nuevo Día* “good... is enough” marca los límites de una ideología por definición anti-universitaria o, por lo menos, anti-intelectual.

¿Qué se puede esperar de las empresas periodísticas que no tienen afán de excelencia, que consideran lo suyo lo único bueno y puro?

La prensa existente es un grupo empresarial con muy poco sentido crítico. Eso es lo que ha quedado demostrado con la aplastante maniobra de censura que ha pesado sobre el reciente documental de Zona Franca “Un diario amable” y las censuras que se aplican a las protestas de los periodistas por las condiciones de empleo. Lo que indica, a mi juicio, que no estamos frente a un caso aislado de necesidad burguesa, sino frente a una política cada vez más dura de parte de los empresarios de consolidar sus medios a la medida de sus intereses corporativos, en evidente menoscabo de su responsabilidad periodística, ética y social.

Entramos también a una época de inestabilidad y conflictos. Se ha visto ya en WKAQ Univisión, Univisión Canal 11, EL Vocero, The San Juan Star y Telemundo. El propio Nuevo Día es un propietario que ha echado a la calle más de 40 empleados y mantiene una lealtad laboral a base de la intimidación.

A la inestabilidad de los medios por el impacto de las nuevas tecnologías digitales se une la incapacidad de las empresas para el cambio. Ahora les resulta difícil, si no imposible, comprender un mundo donde hay *más* actores y *menos* capacidad para controlar las variables de flujos de información y demandas laborales. Las nuevas tecnologías permiten proyectar un mundo *co-mu-ni-ca-do* sin la presencia controladora, asfixiante, de los grandes jugadores de siempre. Mediante los blogs y las crecientes publicaciones digitales de diverso cuño, se multiplican los jugadores. Además, los costos de los flujos informativos por Internet son mucho más reducidos que en la prensa de papel por lo que nos estamos acercando a un campo de prensa descentralizado, hostil por antonomasia al monopolio y los privilegios.

Por otro lado, la languidez de *El Vocero* y la falta de alma de otros medios prueban la indeseabilidad de la intimidación y el mollero como formas de control laboral. Algunos teóricos apuestan por las empresas que son capaces de tolerar la crítica y adoptar los cambios con ánimo democrático. La otra ruta, hasta ahora individual, es el exilio, abandonar los medios de prensa tradicionales y montar nuevos proyectos sobre un nuevo modelo empresarial con participación ciudadana.

Veremos en Puerto Rico una combinación de todas estas opciones como, de hecho, ya hemos sido testigo varias veces en los últimos dos años. La pregunta es: ¿qué deben hacer, en este contexto, los programas de educación universitaria de periodismo?

Los programas deben proponerse formar los mejores y los más astutos, los más educados en la deontología democrática del periodismo y los más capaces en el conocimiento general de las tecnologías, de modo que sean los más aptos tanto para el empleo tradicional como para el que puede surgir de emprendimientos originales. Hay que sembrar vocación, desarrollar inteligencias, practicar con el ejemplo la dignidad profesional y prestar más servicios de valor a la sociedad.

El año próximo se cumplirían 120 años de la fundación de *La Correspondencia de Puerto Rico*. Convocados inevitablemente a la crisis del modelo de periodismo en boga desde entonces, concierne a la Escuela de Comunicación de la Universidad de Puerto Rico hacer trabajo de investigación puntual y teórica de las consecuencias de ello y sus posibles opciones.

Hay toda una trama relacionada a la calidad de la democracia y de país, de mundo y de horizontes políticos y económicos que no puede dejarse de lado. La crisis del capitalismo a escala planetaria propone un debate que trasciende las disciplinas. Y en ese sentido los programas de educación en comunicación y periodismo tienen también una grave responsabilidad de respuesta y acción.

En fin: pluralismo, democracia, la relación de los medios de prensa y las universidades con el bienestar del país, todo esto, es un tema mucho más pertinente de lo que reflejará de seguro la prensa comercial de mañana.

REFERENCIAS

Anderson, Robert (1977) La prensa en Puerto Rico. Comisión de Derechos Civiles de Puerto Rico.

Calahondo (2007-2009) [Revista electrónica] enero-junio 2009. Disponible en:
<http://calahondo.blogspot.com/>

Coss, Luis Fernando (2007) Análisis histórico del concepto del periodismo profesional en Puerto Rico (siglo XIX al XX). Tesis doctoral. Recinto de Río Piedras, Universidad de Puerto Rico.

Cotto Rodríguez, Sandra (2007) "Testimonio". En Coss, Luis Fernando, *Análisis histórico del concepto del periodismo profesional en Puerto Rico (siglo XIX al XX)*. Tesis doctoral. Recinto de Río Piedras, Universidad de Puerto Rico.

McChesney, Robert. (2004) *The Problem of the Media: US Communication Politics in the 21st Century*. New York, Monthly Review Press.

_____ (2003) The Problem of Journalism: A Political Economic Contribution to an Explanation of the Crisis in Contemporary U.S. Journalism. *Journalism Studies*. Volume 4, Number 3, August.

Martín Barbero, Jesús (1991) "Un periodismo para el debate cultural". *El Espectador-Magazín Dominical*. 16 de junio.

_____ (1987) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, Gustavo Gilli.

Mattelart, Armand (2000.) *La publicidad*. Revisada, Barcelona, Editorial Paidós.

_____ (1971) "El medio de comunicación de masas en la lucha de clases". *Pensamiento crítico*, Instituto Cubano del Libro La Habana, junio, Num. 53.