

EL PERIODISMO PÚBLICO

UNA INVITACIÓN A PARTICIPAR EN LA ESFERA DE LA DELIBERACIÓN PÚBLICA

ARIEL GONZÁLEZ G.

Cambiar la forma de hacer periodismo, traspasar su frontera para ir más allá de las fuentes tradicionales e involucrar a los medios en la deliberación pública, son quizá las conclusiones más relevantes del primer diplomado sobre periodismo público, organizado recientemente por el Sistema Nacional de Capacitación municipal de la Unión Europea y la ESAP, en seis ciudades colombianas. Conceptos, ideas y experiencias de todo tipo se escucharon en los diferentes módulos; cada participante llegó con una expectativa diferente: fue el escenario perfecto para agrupar representantes de los diferentes medios de comunicación y empezar la discusión en torno a un tema nuevo en Colombia, desconocido para unos, pero interesante para todos.

Quizá fue el principio de la esencia del periodismo público. Aunque el debate no se dio en un medio de comunicación, sus protagonistas sí fueron de los medios; la discusión y los primeros aportes para construir una posible agenda sobre el papel que debe jugar el periodismo cívico en un futuro inmediato- sembró su semilla en cada uno de los talleres.

Era natural que quienes acudimos a participar y debatir partiéramos del concepto tradicional de periodismo. Un modelo que se ha defendido por muchos años, pero que ha dejado grandes diferencias entre los protagonistas del poder y la sociedad civil.

El periodismo en su ejercicio ha sido una mezcla de empíricos, profesionales de la información y expertos en otras áreas, pero que igual han vendido una idea errónea del manejo de la información y de la opinión pública. En Colombia los llamados grandes medios (Caracol, RCN., El Tiempo, El Espectador, et.c.) se han encargado de direccionar unas políticas trazadas bajo sus propios intereses. El periodista ha estado atado al pensamiento político del medio, y le resulta difícil pensar y hasta sentir diferente, ya que está expuesto a ser retirado de su trabajo.

La noticia es inclinada a favor de las élites y se ha desconocido totalmente a la ciudadanía. El modelo periodístico practicado hasta ahora es basado en fuentes estatales y algunas privadas que tienen el poder económico y político del país. Bajo este concepto resulta fácil pensar que la verdad ha sido burocratizada; la definición de la realidad coincide con

quienes le apuestan a que comunicar es transmitir un hecho sin tener en cuenta una tercera versión: la del ciudadano común y corriente.

En este orden me atrevo a afirmar que los dueños de los medios de comunicación en Colombia son los que deciden quién tiene legitimidad para transmitir la información: ellos son los que seleccionan sus fuentes y escogen a su antojo los temas que consideran prioritarios para dirigirlos a una opinión pública pasiva e inerte.

Hay un matrimonio inseparable entre la burguesía tradicional y los grupos económicos-dueños a su vez de los medios de comunicación. Una “pacha” que quiere desconocer totalmente la realidad del país, y que por ende construye un imaginario para transmitirlo como verdad. La misma unión que tergiversa diariamente el concepto de democracia participativa, y que abre los canales a quienes ellos consideran tienen legitimidad para hablar.

No en vano recalcó *Jorge Iván Bonilla* que el concepto de democracia utilizado por el poder neoliberal es limitado: no hay oportunidad de debatir, de participar, ni mucho menos de decidir.

EL PERIODISMO PÚBLICO: NUEVA MODALIDAD PARA DELIBERAR

Contrario al pensamiento tradicional de periodismo y al manejo errado que los grandes medios le han dado a la opinión, el periodismo público o cívico promueve la democracia deliberativa: no solamente hablan los que representan a alguien, sino aquellos que ni si quiera representan a otro.

Recopilando ideas y conceptos sobre el material de trabajo expuesto por los conferencistas, bien se refiere *Ana María Miralles* en su artículo de la revista foro, cuando afirma: “ El principal ingrediente y punto de partida del periodismo público es cómo tener en cuenta a los ciudadanos para hacer la agenda informativa y ofrecer elementos para que esos temas de iniciativa ciudadana encuentren canales hacia la acción, a partir de la información y convocatoria de los medios a la deliberación pública”.

En mi concepto el periodismo público es un desafío a romper con los límites del periodismo tradicional, y a explorar e inmiscuirse en la esfera de la deliberación pública, buscando siempre ir más allá de lo que comúnmente se muestra. Es romper las barreras del desgastado esquema de la democracia participativa y explorar, no sólo los caminos de las élites y las fuentes estatales, sino darle relevancia al habitante común, impulsar la

democracia deliberativa y tenerlo en cuenta para construir los temas de debate.

El periodismo público debe luchar por devolverles a los ciudadanos el puesto que deben ocupar en la democracia. Hay que reconstruir la capacidad de diálogo y replantear las tácticas para que se haga más partícipe en la deliberación pública.

Es claro que hay un sentimiento de malestar acerca del tratamiento que tradicionalmente se le ha dado a la información y que poco aporta a que el ciudadano participe consciente y responsablemente en la vida democrática. Un ciudadano que ha estado marginado, pero que muy seguramente ha querido participar con inteligencia en la vida pública, pero que el sistema no se lo ha permitido.

Tal vez y como lo dije en una intervención durante el diplomado, resulta muy difícil aplicar el periodismo público en Colombia, y más aun en los grandes medios de comunicación, pero es necesario pensar muy seriamente en preparar el público para que participe activamente en la construcción de una agenda deliberativa que aporte al inicio de un verdadero cambio en el país.

El periodismo público le apuesta a la construcción de la agenda informativa de los medios, es decir establecer anticipadamente los temas de interés público con la gente, utilizando como instrumentos las encuestas, paneles, reuniones deliberativas y hasta formulación de proyectos desarrollados en el tiempo, en los cuales hay unos objetivos claros de promoción de la deliberación y que giran en torno a la construcción de la visión ciudadana sobre los temas de interés colectivo.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Si bien es cierto resulta interesante pensar que el periodismo público es un nuevo tipo de confrontación de carácter constructivo, esa brecha entre opiniones, conceptos y discursos, arroja como resultado una polifonía de voces y que rompería con el tradicional público hegemónico. No significa entonces que se renuncie a construir procesos, liderados hasta ahora por unos pocos. Lo contrario: se trata de abrir verdaderamente el debate para la construcción de consensos; partir de ideas y conceptos que faciliten la búsqueda más abierta de esas otras voces -pasivas hasta ahora-y preparar un público tan diverso como las audiencias mediáticas.

Es necesario entonces pensar primero en preparar el público para el debate y la confrontación de ideas. Desde mi punto de vista solo unos pocos, representando la voz popular, han venido liderando las

intervenciones, y con el pretexto de representar a la sociedad civil, han sacado tajada de esa pasividad excesiva de la mayoría, ya que se les ha confiado la vocería de una comunidad llena de ideas, conceptos y propuestas, pero poco preparada para exponerlas y defenderlas.

Si bien es cierto que el Estado es responsable de preparar y capacitar al público para la deliberación, también es real que ese mismo Estado se ha opuesto a hacerlo. No obstante y como respuesta a esa apatía estatal, los medios de comunicación deben iniciar un proceso para la construcción de un público activo, participativo y deliberativo. Significa que la idea clave es considerar que los medios sirvan como escenarios de debate público, en tanto se de la oportunidad para desarrollar un trabajo hermenéutico sobre dinámicas urbanas, centrarse en procesos e interacciones sociales y pensar menos en convertirlos en una empresa que suministre exclusivamente información.

Es responsabilidad, entonces, que los medios de comunicación lideren la construcción de ese público, no solamente abriendo su espacio para la deliberación, sino cambiando su lenguaje, su tratamiento con las fuentes; permitir que el periodista explore mucho más de lo hecho hasta el momento. Es necesario que los medios cambien su tradicional forma de conseguir la información y que realmente se desliguen de los intereses del poder.

El periodismo público es una invitación a replantear el concepto clásico de la opinión pública, ya que no solamente hace posible la polifonía de voces, sino que admite procesos argumentativos que van mucho más allá de las páginas de opinión y de la intervención de los mal llamados líderes de opinión. Propone y tiene en cuenta la deliberación, la búsqueda colectiva de consensos y el aprovechamiento democrático de las diferencias, como eje central del trabajo.

VIABILIDAD PARA EJERCER EL PERIODISMO PÚBLICO

Resultaría fácil pensar, luego de conocer las bondades del periodismo público, que su ejercicio y aplicación se puede desarrollar en medio de las condiciones actuales del país. Sin embargo pienso que la realidad es otra; no he vivido personalmente experiencias negativas relacionadas con el actual conflicto, pero sí he tenido la oportunidad de intercambiar diálogos con quienes ejercen la profesión del periodismo en áreas totalmente inestables en materia de orden público.

Ese es el primer ingrediente que se debe analizar para saber si es viable o no ejercer el periodismo público en Colombia. Un segundo elemento de análisis es la “falsa democracia” en que vivimos. Quizá el manejo de la

información, atado al poder económico y político es más peligroso que el mismo “cruce de balas”. Ya me refería al comienzo de este escrito, que los grupos económicos-comprometidos a su vez con las familias de la política tradicional-son quienes manejan a su antojo la información en este país.

Es evidente que la información está inclinada a los intereses de quienes reparten la torta del poder. Las fuentes son seleccionadas y muchas veces las noticias son construidas o manipuladas, engañando y excluyendo al ciudadano común.

Qué hacer entonces?. Unificando todos los conceptos compartidos con cada uno de los conferencistas del diplomado, desde mi punto de vista la aplicación del periodismo público obedece a diferentes variables: clase de medio, lugar donde se desempeña la profesión, vínculo laboral y compromiso para ejercerlo. El periodista puede tener la intención de aplicar los principios del periodismo público, pero si el medio al que pertenece no se lo permite, es prácticamente imposible tener en cuenta esta vía. Otro aspecto que entra en juego es el área donde trabaja (zonas de conflicto, de rehabilitación, territorios de paz, capitales, ciudades intermedias o sencillamente lugares-muy pocos por cierto-donde aún se vive en paz. Es más fácil iniciar un proceso desde medios independientes, y mejor aun, si es de ámbito local o regional.

Me atrevo a afirmar que a los grandes medios de comunicación no les interesa impulsar el proceso de periodismo público, ya que en nada les conviene abrir espacios para el debate, ni mucho menos tener en cuenta a la comunidad para construir una agenda ciudadana; sencillamente iría en contra de sus objetivos.

Difícil también resulta desarrollar el periodismo cívico en las zonas de conflicto, aunque considero que es viable. Intentar abrir los espacios para el debate e iniciar un proceso de construcción de público, serían los primeros pasos para comenzar a hablar de cambio. No es fácil; pero intentarlo es lo adecuado. Muy seguramente en los debates participarán protagonistas directos de la guerra, pero la intención es motivarlos a que propongan temas para la discusión y que a su vez expresen ideas y conceptos sobre la problemática que los afecta.

QUÉ HACER?

Definitivamente estoy convencido que el periodismo público debe iniciar en el ámbito local. Aplicar sus propósitos resultaría más fácil desde los medios locales, ya que son sus dueños los que más les interesa establecer un contacto interactivo con la comunidad. Significa que aquí sí

se puede pensar en reconectar a los ciudadanos con la vida pública, en potenciar la capacidad de deliberación de esa ciudadanía, ofrecer información con miras a la participación, apoyar los procesos ciudadanos con un buen cubrimiento y sobre todo con un excelente seguimiento, es decir, se pone al medio en calidad de actor y promotor de diálogo social.

A lo largo del diplomado se insistió bastante en que los medios deben servir como escenarios para el debate, y que es necesario distinguir entre audiencias y públicos, entre lectores, oyentes, televidentes y ciudadanos.

Si bien es cierto la tradición local ha estado enfocada al periodismo comunitario, la realidad dice que son estos medios los que están en permanente contacto con la base. Es necesario, por su puesto, reorientar la forma de aplicar esta clase de periodismo, e ir más allá de lo que se está haciendo. Hay que abrir mucho más los espacios y empezar a aplicar todos esos elementos que enmarcan al periodismo público.

Muestra de ello es la experiencia promovida y contada por *Ana María Miralles* desde la Universidad Bolivariana de Medellín. Quizá es la experiencia más palpable de periodismo público en Colombia y el ejemplo a seguir, obviamente orientado a la temática de cada zona, región o localidad.

Ahora: cuando hablo de iniciar desde lo local, no significa que los medios nacionales no puedan llegar a ejercer el periodismo público. Será más difícil y dispendioso, y dependerá del compromiso, esfuerzo e insistencia de los interesados (ojalá los que participaron en el diplomado). Es un reto y una tarea complicada pero no imposible. *Víctor J. Jiménez* de RCN radio dijo en la última sesión de Bogotá, que estaba dispuesto a “alquilar” un espacio para intentar romper la historia: hacer que un medio nacional y perteneciente a uno de los grupos económicos más poderosos del país, aceptara que su espacio y sus micrófonos-asignados exclusivamente a quienes ellos consideren – sea arrebatado por los ciudadanos del común.

PROPUESTA PARA CREAR LA RED DE PERIODISMO PÚBLICO EN COLOMBIA

Abrí este escrito afirmando que la participación en el diplomado fue una excelente experiencia. Sesión tras sesión se fue volviendo más interesante; todos esos aspectos positivos me llevaron a motivar a mis compañeros de trabajo a iniciar un cambio en el tratamiento de la información, y sobre todo, en el manejo de las fuentes. Pero, si bien es cierto que en Soacha le estamos apostando a hacer real los propósitos del periodismo público, y muy seguramente otros compañeros están haciendo lo mismo desde sus propios espacios, es necesario que buena

parte de los que asistimos al diplomado (incluyendo las seis ciudades) pensemos en crear una red de periodistas cívicos, independientemente del medio para el que trabajemos.

Primero que todo se debe crear un directorio centralizado (si no lo hay) de todos los participantes en el primer diplomado sobre periodismo público.

En Manizales (única oportunidad para reunir a la mayoría) debe concretarse la idea y en el mismo escenario comprometer a cuatro o cinco personas que integren un comité provisional.

Elegido el Comité, encargado a su vez de manejar el directorio, éste debe estar en permanente contacto con todos los periodistas interesados en participar para legalizar la red (registro mercantil, Nit, estatutos, e.t.c.)

Los estatutos deben incluir aspectos como la realización de reuniones ordinarias y extraordinarias, aunque hay que tener en cuenta que la red debe ser conformada por periodistas de diferentes ciudades del país y reunirlos a todos constantemente, resultaría muy difícil.

Legalizada la red debe elegirse un organismo directiva que cumpla los parámetros trazados en los estatutos, para que este a su vez sea el que oriente todas las políticas a seguir.

Si bien es cierto que el organismo directivo debe ser el eje de ideas y propuestas, es indispensable que cada periodista desde su medio participe activamente y desarrolle un trabajo concertado de periodismo público.

Como objetivo a alcanzar, cada medio debe iniciar contactos más estrechos con su comunidad, abrir los espacios para el debate y comenzar a construir la famosa agenda ciudadana. En cada ciudad se escogerán temas para debatir y los periodistas involucrados en la red serán los responsables de garantizar los espacios para la discusión.

Bueno sería que los medios que inicien trabajos de periodismo público intercambien el material para darlo a conocer en regiones diferentes a las de origen.

Es necesario no dejar morir esta interesante experiencia, aprovechar la iniciativa de la Unión europea y la ESAP para reorientar la forma de hacer periodismo en Colombia. El proceso debe continuar, pero depende de nosotros...

Ariel González González

Periodista profesional