

## *Periodismo cívico o público*

MARÍA CRISTINA DE LA FUENTE ÁLVAREZ

Nos preguntamos como definir un «Periodismo público o cívico», cómo señalar las características y unificar criterios. Importantes miembros de la comunidad periodística han resuelto sus definiciones aportando sus propias perspectivas, tal es el caso de Jennie Bukner, editora de *El observador de Charlotte* precisando un periodismo público o cívico como «en escribir sobre la vida pública, proveemos de programas de lecturas con la información que necesitan los ciudadanos. Es más, es un acercamiento del consumidor a los asuntos públicos que señalan que utilizan a la mayoría de los reporteros/as. El periodismo cívico es un antídoto a algo del cheapening del negocio, algo de las fuerzas del mercado». Esta es una apreciación muy exacta de lo que es el periodismo público o cívico en los Estados Unidos, el negocio de la información manda y deben anteponer las necesidades y preocupaciones de los consumidores de información y hacerles llegar además de las noticias de información general, noticias que ellos demandan.

Otro editor que se lanza a definir el periodismo público o cívico es Steve Smith, editor de *Colorado Suelta Telégrafo de la Gaceta* diciendo que: «creo que es el periodismo que crece fuera de las esperanzas, miedos, sueños, está en conflicto y lucha de una comunidad determinada. Es un punto de vista, una actitud, un conjunto de valores que informe fuera a lo que usted hace día a día».

Y como último ejemplo disponemos de la opinión de David Shgribman, Jefe de la Oficina de Washington, del *El globo de Boston* que dice: «el periodismo cívico es un periodismo que comienza cada día con la convicción que los programas de lectura y los votantes son tan importantes como las fuentes y los temas de nuestra historia».

Estas opiniones son valiosas en sus contenidos, de ellos extraemos diferentes visiones de un mismo tema. Creo que el haber prestado importancia a un tema que hasta ahora había sido ignorado, proporciona una puerta nueva al periodismo, es por tanto un capítulo extraordinariamente fresco que permite co-

nocer las necesidades de un colectivo quizá determine las conductas de: barrios, municipios, comunidades autónomas e incluso de un país.

No es de extrañar que nos encontremos frente a algo muy poco explorado y que no ha roto con las formas de periodismo rutinario muy marcado en sus conductas y por supuesto muy predecible.

Investigando acerca del tema he llegado a mucha información procedente de fuera de nuestras fronteras, es un tema apasionante que no ha calado todavía en nuestro país con la importancia que realmente tiene. Ha continuación adjunto una lista de estudios en la materia del Centro de periodismo cívico de Pew:

- Hodding Carretero III, Presidente. Profesor de la Universidad de Periodismo en Maryland.
- George B. Auntry, Presidente de MDC inc.
- Barbara Cochran. Productora ejecutiva, Cobertura Política de las noticias de la CBS.
- Juan Roberto Evans. Presidente, Allelix Biopharmaceuticals.
- Peter C. Goldmark, Jr. Presidente la Fundación de Rockefeller.
- Michael Janeway. Decano, Escuela de Medill del Periodismo Universidad del Noroeste.
- Sm Kuczum. Profesor de la Universidad de Colorado.
- Suzanne W. Morse. Director, sociedad de Pew para el cambio cívico.
- Warren Mitofsky. Presidente, Mitofsky internacional.
- Adan C. Powell III . Foro V.P. Programa de Libertad de la Tecnología Richard M. Schmidt Jr., Socio, Cohn y Marcas.
- Roberto Suro. Programa de escritura del Personal. El Poste de Washington.
- Sutherland Franco, editor La Nashville Tennessean.

## PRÓLOGO

The New York Times inauguró su página de artículos de opinión en 1970. La idea no fue exactamente nueva (pues había sido probada en la década de 1920), pero era impopular en casi todos los periódicos. Tras el éxito de la página del Times otros siguieron el ejemplo, y hoy es imposible imaginar el diálogo político sin el intercambio de ideas que tiene lugar en todas las páginas similares que hay en el país.

Más que un producto mejorado, el resultado del experimento del Times fue un mejoramiento tangible de la vida pública. La página de artículos de opinión —opuesta a la de los editoriales, por lo cual se la llama op-ed en inglés— agregó algo a nuestra capacidad diaria de encontrarle sentido al mundo, creando un foro nuevo y sumamente visible en el cual, con la ayuda de escritores capaces, podemos elaborar nuestras respuestas a los acontecimientos públicos. Esto

también es periodismo, pero de una clase que vemos raramente. No informa sobre los sucesos ni relata historias entretenidas. El «periodismo» involucrado en crear y mantener la página op-ed hace algo diferente: despeja un espacio en el cual el público puede realizar su tarea.

La premisa que sustenta a un pequeño movimiento de reforma que ha surgido en las filas de la prensa estadounidense es que necesitamos más de esta clase de periodismo, la clase que invita a la gente a convertirse en público. Se lo llama «periodismo público» o a veces «periodismo cívico», y su propósito es experimentar con el poder de la prensa diaria, de la misma manera que el Times lo hizo con un resultado tan notable en 1970.

El periodismo público reclama que la prensa ayude a revivir la vida cívica y mejore el diálogo público, y que elabore una respuesta coherente a los problemas cada vez más profundos de nuestro ambiente cívico, la mayor parte de lo cual implica a periodistas. En una época de graves dudas sobre el futuro de la prensa y de preocupación general por la salud de la democracia estadounidense, quienes están involucrados lo ven como la hora del experimento creativo y de la reforma gradual, del debate franco sobre las metas últimas y los fines posibles, de las innovaciones tan audaces y duraderas como el advenimiento de la página op-ed. Al cambiar lo que pueden hacer y la manera en que encaran su tarea, quienes experimentan con el periodismo público han descubierto el poder del ideal democrático como un principio organizador de su trabajo. El gobierno propio, la deliberación pública, la democracia participativa, todos estos temas familiares si se los toma seriamente, pueden recargar las baterías de la prensa y mostrar el camino hacia reformas muy necesarias.

Como muchos en la prensa se han dado cuenta, este es el momento de la verdad en las salas de redacción estadounidenses. Nadie sabe si el «periodismo», como se lo practica actualmente, puede sobrevivir las presiones comerciales de un universo de medios de comunicación social en expansión. Al mismo tiempo, no hay manera de poder decir a dónde llevará el oscilante descontento con la política y la vida pública. Sin embargo, hay algo evidente: no puede haber refugio seguro para los periodistas, ningún punto fuera del lío actual desde el cual puedan observar lo que ocurre sin contribuir ellos mismos, ya sea a los problemas cada vez más profundos o a las posibles soluciones.

El periodismo público es, por lo tanto, un enfrentamiento con un hecho ignorado desde hace mucho tiempo: la prensa es uno de los participantes en nuestra vida nacional. Sufre cuando se deteriora la calidad de la vida pública. Y cuando se deteriora la calidad del desempeño de la prensa —como ha ocurrido en años recientes— también sufre la vida pública. Esto significa que hay límites a la posición del observador en el periodismo; pero la prensa estadounidense no tiene una filosofía que se hace cargo de la situación cuando se llega a esos límites. El periodismo público ofrece una.

Como dijera James W. Carey, quizás nuestro estudioso de la prensa más consumado, «los periodistas necesitan comenzar a contarse a ellos mismos un relato diferente». Como reporteros separados del escenario, o como perros

guardianes que lo vigilan, tienen una historia efectiva que contar: por lo general ofrecen información útil y un control sobre el poder. Pero carecen de un relato que haga real para ellos, y aceptable para nosotros, su papel igualmente importante de actores en el drama de la vida pública, de personas con una identidad cívica así como una fachada profesional, una especie de actores en el juego político, hombres y mujeres con influencia recíproca en la vida pública.

Robert MacNeil, quien durante mucho tiempo fue el conductor del noticiero MacNeil/Lehrer News Hour en el sistema de televisión pública de Estados Unidos PBS, expresó el argumento de manera rotunda en un discurso en 1995: «Como periodistas tenemos que recordar que podemos ser observadores, pero que no somos observadores totalmente desinteresados», dijo. «No somos ingenieros sociales, pero cada uno de nosotros tiene un interés en la salud de esta democracia. La democracia y el contrato social que la hace funcionar se mantienen unidos por una telaraña delicada de confianza, y todos nosotros en el periodismo sostenemos una punta de la telaraña. No somos simplemente espectadores divertidos que miran cómo los idiotas lo arruinan todo».

El periodismo público se asienta en el llamado de Carey a narrar un «relato diferente» y la convicción de MacNeil de que los periodistas no son «simplemente espectadores divertidos». Su reclamo principal es que la prensa puede hacer más, mucho más de lo que ha venido haciendo, para incorporar a la gente como ciudadanos, para mejorar el debate público para ayudar a las comunidades a resolver problemas y para ayudar al país en la búsqueda de una vida pública que funcione. Estas afirmaciones, que difícilmente suenan extremistas, chocan, sin embargo, con el modo de pensar tradicional en el periodismo. El resultado han sido algunos titulares provocativos en la prensa especializada. Pero hasta ahora el debate no ha pasado de la comprensión superficial de lo que hace y dice la gente que cree en este método.

Desde 1990 se ha desarrollado una campaña de persuasión, tratando de conseguir que los periodistas enfrenten las ideas que sustentan el periodismo público. Al mismo tiempo, colaborando con quienes lo practican, en un esfuerzo por aclarar el término y descubrir lo que significa en la práctica. Se ha defendido el método emergente contra las críticas adversas, algunas de las cuales son completamente comprensibles. El periodismo público, por consiguiente, es algo que trato de ayudar a que ocurra, en asociación con profesionales en este campo y junto con otros en los mundos académicos y de las fundaciones benéficas.

El siguiente ensayo es una presentación de lo que es el periodismo público y una declaración de las razones por las cuales es necesario. Creo que el movimiento tiene algo que decir sobre el momento político y los apuros de la prensa estadounidense. En las páginas que siguen se explica cuál es el mensaje. También responde a algunas de las críticas que se le hacen al periodismo público, muchas de las cuales todavía agitan pasiones profesionales pero no llegan a atender sus reclamos centrales.

La historia de la prensa se puede leer como un capítulo de un relato más grande: lo que con frecuencia se llama el «experimento estadounidense». El término se refiere a nuestra prolongada aventura como nación, fundada en nada que sea más místico que los requisitos de una democracia constitucional. El experimento estadounidense es una prueba política continua, en el sentido de que no hay una base más profunda que la democracia, ya sea una religión estatal o una monarquía reverenciada, para mantener unido al país.

Como institución poderosa que es parte del experimento, la propia prensa es puesta a prueba constantemente. Al igual que el resto de nosotros puede estar a la altura de la ocasión o quedarse corta. Parte del relato que la prensa se hace a sí misma se refiere a la dirección de la cual probablemente provendrá un desafío poderoso. En la tradición profesional del periodismo se ve al gobierno como el antagonista principal y a la Primera Enmienda a la Constitución como una fuente de protección. Pero hoy día el desafío más fuerte no es una presidencia imperial o un gobierno entrometido. Son los cambios en la cultura más amplia los que debilitan la vida pública, disminuyen la demanda de buen periodismo y obligan a dar una respuesta seria.

Al explicar en agosto de 1995 su decisión de retirarse del Senado Nacional, Bill Bradley dijo que había llegado a la conclusión de que «el diálogo que manteníamos en el proceso político estaba fundamentalmente desconectado» de las vidas de la mayoría de los estadounidenses. La de Bradley es solamente una voz en el diálogo de muchas facetas que se refiere a nuestra fe declinante en la política y lo que podría hacerse al respecto. En *Why Americans Hate Politics*, el periodista E. J. Dionne, de *The Washington Post*, señaló las «falsas opciones» enmarcadas por un debate cansador y rencoroso entre liberales y conservadores. Dijo que la política les está fallando a los ciudadanos a medida que los ciudadanos se retiran de la política.

Ésta fue también la conclusión de un estudio muy citado por el Grupo Harwood, publicado en 1991 por la Fundación Kettering. Como escribió en el prólogo del informe el presidente de la fundación, David Mathews.

La gente sabe exactamente quién la desplazó de su lugar legítimo en la democracia estadounidense. Señala con el dedo a los políticos, a los cabilderos poderosos y —lo cual resultó una sorpresa— a miembros de la prensa. Ve a estos grupos como una clase política, los gobernantes de una oligarquía que ha reemplazado a la democracia. Sin embargo, a diferencia de los científicos políticos, los ciudadanos no consideran esto como «una realidad objetiva» e inevitablemente ¡están furiosos con la situación!

El sistema político y la institución de la prensa no son solamente una fuente de profunda frustración, sino que la vida pública se tambalea en muchas de sus dimensiones más amplias. Los estudios del erudito Robert Putnam señalan que los estadounidenses han dejado de participar cada vez más en actividades comunales. La participación en toda clase de asociaciones cívicas —asociaciones de padres y maestros, grupos vecinales y hasta ligas de jugar a los bolos— han sufrido una declinación a largo plazo. Los ciudadanos sospechosos y

resentidos con respecto a las grandes instituciones, también se están tornando en extraños entre ellos a medida que interactúan menos en escenarios públicos. Quizás el símbolo más notable de esta tendencia sea el surgimiento de las llamadas comunidades privadas, aisladas del resto de la sociedad por guardias de seguridad y portones de hierro.

Desde hace tiempo estas tendencias hacen algo más que saturar las líneas telefónicas de las estaciones de radio en los programas de llamadas. Desgastan los vínculos de confianza, los hábitos de la mente y del corazón que, en última instancia, constituyen una sociedad democrática. Las que un autor llama «disposiciones democráticas» son difíciles de sustentar en un clima cada vez más profundo de suspicacia y de separación. Este es el desafío cultural que contiene el experimento político de Estados Unidos: ¿podemos mantener la clase de clima cívico que brinda a la política democrática una posibilidad de que funcione?

Los periodistas tienen un interés más que pasajero en esta cuestión, aunque a veces les resulta difícil verlo. En la actualidad pasan por sus propios padecimientos a medida que aumenta el resentimiento contra la prensa, mientras se intensifican las presiones comerciales. Las salas de redacción solían ser un refugio contra las fuerzas del mercado; ahora han perdido esa protección. Preocupados por la supervivencia en el panorama cambiante de la prensa, los periodistas enfrentan al mismo tiempo la obsolescencia de muchas actitudes arraigadas y hábitos cotidianos.

Desde la era de Vietnam y Watergate, la prensa se ha considerado como nuestra desmitificadora en jefe. Ha cultivado una manera de ver que penetra a través de las fachadas que son típicas de la política en la era de los medios de comunicación. Pero con la política cada vez más desmitificada y con la confianza en todas nuestras instituciones en un grado peligrosamente bajo, la prensa necesita encontrar una nueva manera de ver: no menos escéptica pero más útil para una sociedad que necesita aprender de nuevo la manera de tratar cuestiones y resolver problemas. Esto es parte de lo que Carey quiere decir con «un relato diferente».

El periodismo público entra aquí en el diálogo. Dice que los periodistas harían bien en suponer que su propia suerte depende del destino de la cultura cívica estadounidense. La manera de asegurar un futuro vital para la prensa es fortalecer, de toda manera práctica que se pueda encontrar, todas las fuerzas que atraen a la gente a los asuntos cívicos, hacerla participar en el toma y daca del diálogo político, tornar a los espectadores en participantes e iluminar la promesa de la vida pública. La propia prensa puede ser entonces una de esas fuerzas y se puede elaborar una identidad profesional más profunda en torno a estos temas centrales.

Como se da cuenta la mayoría de ellos, los periodistas hacen más que presentarnos los hechos. Encuadran y narran el relato de nuestra vida común. Este relato necesita provocar y desafiar tanto como informar y entretener. En cada una de las comunidades y en la nación como un todo hay relatos perturbur-

badores y deprimentes que deben decirse. Si la prensa no se dedica a relatarlos, bien y con frecuencia, merecerá desaparecer. Pero hay maneras de encarar hasta los hechos más sombríos, que abren el camino a la tarea de rehacerlos. En esto los periodistas encuentran su desafío más grande como narradores. Sin abandonar su posición de observadores y de críticos, pueden tratar de alimentar una comprensión particular de la sociedad estadounidense: no un público de observadores expertos ni una clase de consumidores de riqueza informativa, sino una nación de ciudadanos con problemas comunes, un espíritu inventivo y una rica tradición participativa.

Algunos podrían considerar inalcanzable o nostálgico el ideal de la ciudadanía que participa, pero otros ya están encontrando dentro de él un sentido renovado de propósito y un estímulo para su espíritu flaqueante. Mientras experimentan con el periodismo público luchan por aprender una gran lección, o sea que la Democracia en los Estados Unidos, parafraseando el título de la famosa obra de Alexis de Tocqueville, es el subtítulo implícito de todo artículo serio que escribe un periodista. Alcanzar esta perspectiva involucra un largo proceso de introspección, y el cumplimiento de la promesa requiere cambio institucional. Pero esta es una prueba que enfrentarán muchas otras profesiones a medida que aprenden a lidiar con la desconfianza pública y las expectativas cambiantes.

La prensa estadounidense no es creación del estado, pero es una especie de institución política y tiene un interés legítimo en la cuestión de si la política da resultados para todos o se convierte en el campo de juego profesional de unos pocos privilegiados. Debería permitirse que los periodistas demuestren si les preocupa que se mantengan las tradiciones cívicas estadounidenses o que desaparezcan en medio de las atracciones de una cultura de consumo. Hace falta una corrección poderosa ante el cinismo creciente que se ha convertido en un peligro ocupacional en el periodismo, algunas alternativas claras y atractivas para las metáforas familiares de la política como deporte y la vida pública como campo de batalla.

Lo que permite que la vida pública marche bien, lo que alienta a la gente a encontrar intereses comunes y trabajo común, lo que saca a relucir nuestro deseo latente de entendernos unos a otros, es otra clase de «política» que necesita verse y oírse, junto con las narraciones acostumbradas de dinero, poder y manipulación. El periodismo público no se refiere a las «buenas noticias» o a estimular a la gente. Pero sostiene que la prensa, sin esforzarse por informar sobre un consenso ilusorio o pasar por alto el conflicto y la lucha, puede mostrarse mucho más resuelta al promover la clase de diálogo público que podría llevarnos a nosotros a alguna parte, ya sea que «nosotros» sea un vecindario acosado por la delincuencia callejera, una ciudad que se esfuerza por asegurar su base económica, o una nación que debate la acción afirmativa. El filósofo Michael Sandel escribió que «cuando la política marcha bien, conocemos un bien en común al cual no podemos conocer solos». La prensa puede tratar de hacer que la vida pública «marche bien» en el sentido de Sandel, y esperar una

restauración de su autoridad, un poco de alivio de la sombría espiral de cinismo y de desconfianza.

Finalmente, el periodismo puede hacer todo esto sin apartarse de su misión central de informar y de ilustrar, sin renunciar a su importante papel de vigilante y crítico, sin aburrirnos con lecciones cívicas o presentarse a sí mismo grandilocuentemente como la cura de todos nuestros males. La tarea es vasta y difícil, pero hay suficiente talento y dedicación en la prensa estadounidense para reclamar un papel mucho más constructivo en la vida pública. Muchos periodistas desean hacer precisamente eso, y los dirigentes de la profesión tienen que preguntarse cómo pueden movilizar esa dedicación latente.

Nuestra aventura nacional está tomando una curva amplia y peligrosa. Entramos en una era en la cual los problemas están arraigados y el gobierno no puede necesariamente proveer la respuesta, cuando los ciudadanos necesitan reclamar un lugar en la mesa o ver que les arrebatan la mesa, cuando la democracia se convertirá en un logro deseado o en un sueño sentimental. Los periodistas no deberían amontonarse en el palco de la prensa, preguntándose cómo saldrá el relato. Necesitan reincorporarse al experimento estadounidense. Pero primero tendrán que abandonar la devastadora ilusión que tienen de ellos mismos como espectadores, «mirando cómo los idiotas lo arruinan todo». Allí comienza el periodismo público.

## **EL RETO A LA CULTURA DE LA PRENSA**

«Por una u otra razón, no importa lo que hagamos, nos van a aborrecer y a despreciar. Ese es nuestro objetivo; ese es nuestro trabajo». Estas son palabras de Lesley Stahl, durante largo tiempo corresponsal en Washington de CBS News y ex conductora del programa «Face the Nation». Cuando Stahl considera la hostilidad hacia la prensa como una prueba de que un trabajo ha sido bien hecho, lo dice también en nombre de muchos de sus colegas.

Al resto de nosotros tal vez nos impresione la tristeza que refleja la actitud de Stahl. Cualquier profesión que para lograr sus objetivos tiene que sentir que la «aborrecen y desprecian», persigue objetivos equivocados o la abruma una carga inhumana. Según un estudio hecho en 1991 por Times Mirror Company, el 71 por ciento de los estadounidenses dice que ahora la prensa «se interpone en la solución de los problemas de la sociedad». Stahl y otros de forma de pensar parecida podrían considerar esto una prueba de un desempeño encomiable. Es más probable que sea una señal de que algo anda mal en el universo periodístico, de una confusión de prioridades que no ha pasado desapercibida para el público.

Escuchemos ahora a Teresa Hanafin, jefa de noticias locales del Boston Globe, cuando en un seminario sobre periodismo público reflexiona sobre las condiciones que implica su trabajo:

Cada vez más, considero que mi función como periodista es encontrar un plano común. Me exaspera en extremo la mentalidad de interpelaciones recí-

procas que existe en la vida política... Es extremadamente improductiva; en ocasiones, es incluso destructiva. Consiste en segmentos sonoros de declaraciones encolerizadas que no significan nada y que no tienen otro propósito que el de polarizar...

De modo que hemos pasado de ser personas desapasionadas, objetivas —que se limitan a arrojar un torrente de información y esperan de buena fe que la gente reciba esa información y actúe— a comprender que tenemos que participar más en el juego para ayudar a que la gente actúe según esa información. Y eso, muy a menudo, significa buscar un plano intermedio, algún lugar donde la gente pueda coincidir.

En todo el país hay periodistas que luchan con el problema que preocupa a Hanafin: el deterioro del diálogo público, la reducción de la política a una competencia deportiva, la vacuidad y el cinismo que tanto caracterizan a nuestra vida pública y la complicidad de la prensa en todas estas tendencias. En lugares como Wichita, Norfolk, Charlotte y Madison, algunos periodistas emprendedores están volviendo a los principios originales en un intento de determinar qué es lo que anda mal en su profesión.

A menudo tropiezan con un descubrimiento sorprendente: esos principios originales no son cánones periodísticos sino condiciones de la vida política. Un público que participa a la vez que se informa, una organización política que puede deliberar a la vez que debatir, comunidades que no sólo conocen sus problemas sino que también pueden actuar sobre ellos, lectores que se consideran a sí mismos ciudadanos —la vez que consumidores de noticias— estas son las condiciones necesarias de una prensa responsable y eficaz. «Periodismo público» y «periodismo cívico» son nombres que los reformadores le dan al método que comienzan a formular.

Una de las cosas que impresionan en la cultura de la prensa estadounidense, y que ejerce una influencia tan intensa sobre sus miembros, es lo conservadora que es; conservadora en lo que a la práctica del periodismo se refiere. Hay una diversidad de razones para que sea así. Consideremos primero las presiones que se ejercen sobre quienes producen la noticia: las demandas conflictivas del público, los dueños de los medios de comunicación, las figuras políticas y las fuentes y, especialmente, la presión diaria de las horas de cierre, un «monstruo» al que hay que alimentar, no importa si la comida está lista o no. Agréguese a esto los títulos comparativamente exigüos que pueden exhibir los periodistas como formuladores de juicios profesionales: carecen de adiestramiento o licencia avanzados, no visten la bata blanca de laboratorio, no usan un vocabulario oscuro para intimidar al lego, no tienen ninguna pericia particular en la mayoría de los temas que se exploran en la noticia, no siguen ningún método científico ni están sujetos a revisión formal por parte de sus colegas. Como lo dice el estudioso de la prensa Michael Schudson, «el periodismo es una profesión que no cuenta con una protección aislante».

Un resultado de esto es que los periodistas son sumamente vulnerables a la crítica de que sus decisiones son arbitrarias o injustas. En verdad, si hay alguna

premisa que una a los estadounidenses a través del espectro político y cultural, puede ser la noción de que los medios noticiosos son «prejuiciados», aunque la acusación significa cosas diferentes para grupos diferentes y a menudo es sumamente politizada. Súmese a las quejas acerca del prejuicio el poder enorme que la prensa tiene todavía, para bien o para mal, y resulta fácil comprender el impulso conservador: apearse a las rutinas y solidarizarse los unos con los otros.

Los periodistas hacen lo mismo que sus colegas, hacen lo que han hecho siempre, en parte porque carecen de las protecciones culturales y de la autoridad instantánea que les concede a los médicos su pericia médica, a los profesores sus doctorados, a los líderes políticos sus victorias electorales. «Todo lo que tenemos es nuestra credibilidad» es un refrán típico, y esta percepción de debilidad genera una desconfianza comprensible hacia las demandas de cambio.

Más allá de la credibilidad, sin embargo, hay otro reclamo de propiedad que la prensa formula como cuestión rutinaria: su reclamo de la Primera Enmienda. Aunque la Constitución se refiere a los censores estatales, no a los críticos civiles, la interpretación periodística de la Primera Enmienda (no toquen a la prensa) se extiende a menudo a cualquier clase de voz amenazadora, lo que le asegura a la cultura un baluarte adicional contra la influencia externa. Martin Linsky, quien tiene experiencia como periodista, estudioso y funcionario público, observa que «la prensa representa una barrera sustancial que tienen que superar» quienes «tratan de avanzar hacia un diálogo más rico, de más participación en los asuntos públicos». Los que trabajan en periodismo, escribe, «quieren convencerse de que la naturaleza y calidad del diálogo acerca de las cuestiones públicas no les conciernen en absoluto, que ellos, simplemente, informan las noticias». Michael Janeway, ex director del Boston Globe y ahora decano de periodismo en la Universidad Northwestern, se explaya sobre el tema:

Como cuestión de identidad profesional, dice la prensa, y yo mismo lo he dicho como periodista, nuestro trabajo se refiere a los hechos, que el público tiene derecho de conocerlos, que la libertad tiene un precio, que nosotros dejamos que las cosas salgan como tienen que salir, que lo nuestro no es filosofar... Dice que nadie se metió en este negocio para que lo amen, que la reflexión ponderada acerca de nuestra función les corresponde a las escuelas de periodismo y a las páginas op-ed con artículos de opinión, no al reportero o al secretario de redacción que tienen que competir con los demás o seguirle la pista al próximo Watergate.

Lo que resulta de ese modo de pensar es una combinación extraña de exposición total —la noticia está abierta a la crítica de todos los sectores todos los días— y una insularidad profesional, a medida que los periodistas recurren unos a otros en busca de guías sobre cómo comportarse, qué hay que valorar, qué noticia hay que perseguir. Cuando este patrón les hace sentir que han perdido el contacto con la «gente de verdad», como ocurre inevitablemente, la tentación consiste en desviarse en dirección opuesta: hacia los temas sensacionales que

prometen atraer a un público renuente, aun cuando corroan el respeto que el periodista siente por sí mismo y borren la diferencia entre «periodismo» y «los medios de comunicación». Howard Kurtz, de *The Washington Post*, quien informa sobre la prensa, ha tomado nota de estas tendencias contradictorias en su libro *Media Circus*. Escribe acerca de «una fatal desconexión, una brecha creciente entre secretarios de redacción y reporteros, por un lado, y consumidores de noticias, por el otro». Continúa diciendo Kurtz:

Mi incestuosa profesión se ha absorbido cada vez más en sí misma, aun cuando quienes la practican se tiran de los pelos preguntándose por qué hay menos gente que parece escuchar. Todos los días oigo estos comentarios deprimentes en las reuniones de las salas de redacción, en conversaciones casuales, en las bromas amargas de mis colegas acerca de que se afanan por un negocio moribundo... Sin embargo, quienes estamos en este negocio hemos hecho mucho por desperdiciar nuestras ventajas naturales. Durante demasiado tiempo hemos publicado periódicos dedicados a otros periodistas —en realidad, para hablar con nosotros mismos y con los miembros de nuestro círculo interno con los cuales chismeamos— y les hemos prestado escasa atención a nuestros lectores... Los periódicos, que en otro tiempo ocupaban el centro mismo del diálogo nacional, ahora parecen remotos, arrogantes, parte de la elite gobernante. Los periódicos, que en otro tiempo encarnaban valores culturales ahora parecen empantanados en una cultura de tabloide que se atiborra a sí misma de sexo y de vileza.

Una «profesión incestuosa» a la que uno de sus miembros más destacados le hace una advertencia tan contundente parecería necesitar un cambio significativo; algo que pudiera sacudir las mentes confiadas en sí mismas, reclutar energías creativas e inspirarles un sentimiento de urgencia a quienes buscan un modo mejor de hacer las cosas. Pero «buscar un modo mejor de hacer las cosas» apenas si consigue hacer circular la sangre en la mayoría de las salas de redacción, donde la frase «publicar la verdad y dejar que se arme un escándalo» describe el principio ético favorito. «Si tu madre te dice que te ama, compruébalo», es un dicho sarcástico favorito de las salas de redacción y capta la imagen de escéptico implacable que el periodista tiene de sí mismo. Adiestrado en el arte de la sospecha, acostumbrado a exigir que los demás respondan a sus preguntas, los periodistas son blancos difíciles de alcanzar para la retórica inspirativa, para cualquier llamado a verificar sus valores y cambiar su modo de actuar.

Todo lo cual hace que los tanteos iniciales de los periodistas públicos sean tan interesantes de contemplar. Están lejos de ofrecer el remedio a todo lo que aqueja a la prensa. No han descubierto ninguna fórmula mágica. No se entiende bien lo que significa «el éxito» en su método en evolución. En verdad, el periodismo público es en ocasiones algo esquivo, más bien una inclinación que un conjunto de técnicas o un código de conducta claro. Para los críticos que quieren comprender el fenómeno, es frustrante; pero también es un indicio del fenómeno mismo.

Esto es lo que piensa Davis Merritt, director del Wichita Eagle y el patrocinador más notable del periodismo público dentro de la prensa: Simplemente «relatar las noticias» de una sociedad compleja no hace mucho para resolver los problemas básicos, porque hemos pasado años detallándolos, analizándolos y haciendo sonar la alarma acerca de ellos, y todavía persisten.

Y, sin embargo, muchos periodistas rechazan la sugerencia de que hay, o podría haber, una función periodística más amplia que la que hemos desempeñado. Su filosofía declara que el público simplemente debe tomar las noticias divinamente definidas y distribuidas y arregláserlas con ellas lo mejor que pueda. Los periodistas, sostienen, deben mantener una distancia incorrupta, una indiferencia premeditada ante los resultados; de otro modo, el producto noticioso se contaminará...

Un punto de vista tan estrecho pasa por alto una realidad práctica: la existencia misma de nuestra profesión depende de la viabilidad de la vida pública. Un público que no presta atención a los asuntos públicos, que se retira a las profundidades de la vida y los intereses privados, no necesita periodistas ni periodismo.

Mientras algunos en la prensa «se tiran de los pelos preguntándose por qué hay menos gente que parece escuchar», como observaba Kurtz, periodistas como Merritt escuchan lo que más gente dice fuera del periodismo, y buscan una conexión más vigorosa entre ellos mismos y los ciudadanos comunes y corrientes, asumen más responsabilidad por la calidad del debate público y se preguntan si no pueden hacer más para ayudar a que funcione la democracia.

## PONER AL CIUDADANO EN EL CENTRO

Los periodistas del Eagle y del Observer no le llamaron «periodismo público» a lo que hacían cuando iniciaron sus experimentos. Ni lo hicieron otros que pensaban de una manera parecida y ensayaban cosas similares. El término surgió después, alrededor de 1993, para describir una similitud de enfoque entre quienes procuran establecer en la prensa un vínculo más fuerte con los ciudadanos, una función más constructiva en el diálogo público o alguna manera de contribuir a la solución de problemas a nivel local.

Muchos de esos esfuerzos iniciales procuraban mejorar la cobertura periodística de las elecciones mediante el desarrollo y el hincapié en un «programa del ciudadano» o algo parecido. Otros trataron de crear foros públicos en los que los vecinos podían participar en discusiones monopolizadas con demasiada frecuencia, por expertos y miembros de grupos excluyentes. Unos pocos, como el «Proyecto del Pueblo», se dirigían a los ciudadanos como actores en potencia, empleando el periódico como un tipo de instrumento de motivación como una guía y un incentivo de la participación pública. Todos apuntaban a la desconexión entre la prensa y el público.

Durante el período de 1990 a 1993 comencé a enterarme de estas iniciativas y discutir las con los secretarios de redacción involucrados. Me impresionaron sus premisas, todavía en evolución pero optimistas, acerca de la democracia, el periodismo y la vida política. Los siguientes parecían ser los puntos claves:

1. La política y la vida pública están abiertas a todos, y los periodistas deberían aprender a presentarlas de ese modo.

2. La democracia requiere «información», proporcionada por la prensa como cuestión de rutina, pero también exige «participación», a la cual la prensa puede invitar.

3. El periodismo, en su mejor expresión, se dirige al individuo en su condición de ciudadano responsable, no de consumidor ocioso, de espectador en busca de emociones o de víctima impotente.

4. La política debe involucrar la solución de los problemas públicos, precedida por reflexiones y discusiones. Al aprender a ver las cosas de este modo, la prensa puede comenzar a reconocer la frustración del público frente al sistema político y a ocuparse de ella.

5. «Discusión» no es lo mismo que «debate». Hay mucho debate, pero demasiado poco de él le hace un lugar a los ciudadanos o tiene sentido para ellos como medio de alcanzar soluciones. Lo que falta son oportunidades de diálogo «deliberativo», en el cual la gente ordene sus dificultades, reflexione sobre sus opciones, escuche con atención y profundice sus puntos de vista. Un diálogo semejante no está por encima de la comprensión de la mayoría de la gente, aunque lo haya experimentado raramente. Hacer que sea menos raro es un objetivo legítimo de la prensa.

6. Los valores que sustentan los periodistas moldean su trabajo. Probablemente, de una preocupación más honda por la participación cívica, la solución de los problemas públicos, el diálogo deliberativo y la integridad de la vida pública resultaría un periodismo diferente.

En Política para el Pueblo, el presidente de la Fundación Kettering, David Mathews, bosqueja el punto de vista sobre la vida política que inspiró muchos de los mejores experimentos. «En una democracia» los ciudadanos «son los funcionarios principales», observa Mathews.

La política democrática no empieza con la votación para crear el gobierno; empieza con la selección de la clase de comunidad y país que quiere el pueblo. La forma más básica de la política es el diálogo acerca de estas opciones y acerca de lo que redundaría realmente en el interés público. El discurso público serio es el semillero, la fuente de la política democrática porque sólo el público puede definir el interés del público. La calidad de la democracia depende de la calidad de este tipo de diálogo público. Cambiar la calidad del diálogo público [por lo tanto] empieza a cambiar la política. Si un número creciente de periodistas las tomaran en serio, observaciones como ésta podrían desarrollarse hasta llegar a ser un tipo de filosofía pública para una prensa con nuevas ener-

gías. El Proyecto sobre Vida Pública y la Prensa, iniciado en 1993 por la Fundación Kettering (que auspició algunas discusiones iniciales sobre el tema), la fundación Knight, el Instituto Estadounidense de la Prensa y la Universidad de Nueva York, se concibió para ir en pos de esta posibilidad. Al recopilar información acerca de los diferentes experimentos emprendidos, al reunir a quienes los llevaban a cabo para que celebraran seminarios y talleres, al elaborar, junto con los periodistas involucrados, un vocabulario que podían emplear a medida que seguían con sus iniciativas, y al llevar toda la discusión a los lugares donde los periodistas debatían su futuro, el Proyecto buscaría abrir un espacio dentro de la prensa, en el cual el «periodismo» pudiera ser imaginado de un modo diferente. Periodismo «público» o «cívico» es en realidad un nombre que le corresponde a esa discusión, la cual apoyan otras instituciones, de modo más notable el Centro Pew de Periodismo Cívico, financiado por el Fondo de Beneficencia Pew y dirigido por el veterano periodista radial Edward Fouhy. Hacia 1995, el periodismo público había sido ensayado.

## **EXTRACTOS PROCEDENTES DE INTERNET CON DOCUMENTACIÓN SOBRE EL TEMA QUE TRATAMOS**

«Lógicamente añadiremos que las traducciones se han hecho desde el traductor de internet, han sido de forma literal, deberemos interpretar esas traducciones, excluyendo la expresión literal que la máquina ha hecho. Espero que sepan disculparlo.»

## **EPÍLOGO**

Después de una lectura detenida sobre este tema debemos dar la importancia a este tema periodismo público o cívico, ya que está comenzando a calar en las direcciones de los distintos medios con el fin de saber qué informaciones se demandan, cuáles son las inquietudes de la gente común, se debe dedicar más tiempo a escuchar los problemas de la gente que podamos dar respuestas a sus necesidades haciéndoles entender los cambios sociales que a veces son abstractos por no ser capaces de dar una explicación y ahí está una parte esencial del periodismo público. Quizá una nueva ventana a los futuros periodistas.