



La comunicación política y el estado de los medios de comunicación en Nicaragua¹

Political Communication and the State of the Mass Media in Nicaragua

Sofía Montenegro^(*)

CINCO (Centro de Investigaciones de la Comunicación) - Nicaragua

Resumen

El texto se aproxima a los rasgos de los medios de comunicación en Nicaragua dentro de su contexto socioeconómico para esclarecer el tipo de mediaciones que llevan a cabo entre la esfera política y la ciudadanía. Se indagan, por tanto, dos dimensiones interrelacionadas: el desarrollo de los medios como instancias mediadoras democráticas y la fortaleza del sistema político mismo en el que toman parte dichos agentes. El estudio, además, se enmarca históricamente en los sucesivos acoplamientos de la gobernabilidad nicaragüense a la lógica de los ajustes y cambios económicos de las últimas décadas en el país. Fruto de la interrelación entre sistema político y medios

Abstract

This article approaches the main features of the Nicaraguan mass media in its socioeconomic context, in order to understand the mediations they carry out between the political sphere and citizens. Therefore, two interrelated dimensions are studied: the development of the media as democratic mediating institutions and the strength of the political system in which the media participate. The study is historically framed in the successive adaptations of Nicaraguan governability to the logic of economic adjustments and changes occurred during the last decades. Due to the interrelation between the political system and the mass media, a full and deep democratization of society

¹ Este texto se corresponde, con leves variaciones, con el capítulo VII del libro de la autora *Los Medios de Comunicación como actores políticos en Nicaragua. Los periodistas, los medios y el poder* (Managua: Centro de Investigaciones de la Comunicación, 2007, pp. 207-222).

de comunicación, la democratización plena y profunda de la sociedad analizada pasa necesariamente por la constitución de unos actores comunicativos profesionales y de calidad, capaces de dotar al ciudadano de la información que requiere como agente responsable y crítico.

Palabras clave: *periodismo, mediación comunicativa, Nicaragua, ciudadanía, control político.*

can only take place through the constitution of professional and quality communicative actors that are able to offer the information that citizens, as responsible and critical agents, require.

Keywords: *journalism, communicative mediation, Nicaragua, citizenship, political control.*

Para la realización de esta investigación en nuestra mirada teórica y conceptual establecimos la categoría *comunicación política* como pertinente para ubicar la relación entre los medios de comunicación y la esfera pública. En este sentido, la comunicación política es un espacio de interacción social, un lugar donde se intercambian los discursos de los actores legitimados para expresarse sobre la política: los políticos, los periodistas y la opinión pública.

Es dentro de este espacio público donde los medios de comunicación tienen un rol central, en su calidad de mediadores (Martín Serrano, 1977, 2004) de los dos grandes actores: el Estado y la sociedad civil, porque formulan representaciones simbólicas y administran el debate público lo que los convierte también en actores políticos participantes de conflictos.

La comunicación política sirve para dirigir la principal contradicción del sistema político democrático: hace alternar un sistema de apertura a los problemas nuevos con un sistema de cierre destinado a evitar que todo esté en debate permanente en la plaza pública.

La calidad de la comunicación política está condicionada a su vez en gran medida por la existencia de un Estado de Derecho, la existencia de libertades públicas, la existencia de una agenda pública pertinente, el acceso a la información pública, la rendición de cuentas de los gobernantes y la existencia de espacios de participación ciudadana de consulta y deliberación.

Los resultados de este diagnóstico sobre los medios de comunicación nacionales, nos permiten aproximarnos a conocer las características que presenta este actor en Nicaragua y el tipo de mediación que realizan, pero también a formular una hipótesis sobre el estado de la comunicación política dentro del modo de gobernabilidad imperante en Nicaragua.

1. LAS CONDICIONANTES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN NICARAGUA

Como se mostró en otra investigación realizada por CINCO (2005), el modo de gobernabilidad existente en Nicaragua es el resultado de los diferentes procesos que ha vivido el país durante más de una década.

Este modo de gobernabilidad ha sido funcional a la lógica de las reformas y el ajuste económico realizado en el país, siendo este último el hilo conductor de los demás procesos, especialmente el de la construcción de la democracia. Esto significa que el gobierno del orden social ha estado en función de asegurar el cambio en el modelo económico más que en el establecimiento y consolidación del proceso democrático.

Este modo de gobernabilidad en Nicaragua se caracteriza por los arreglos entre minorías políticas y económicas que han cerrado el sistema político a otros actores y fuerzas, una respuesta institucional condicionada por los acuerdos establecidos entre estas fuerzas dominantes y la falta de legitimidad de estos acuerdos entre la sociedad.

Es en este contexto en el que se han venido desarrollando los medios de comunicación en la última década y media transcurrida desde que se inició la transición política en Nicaragua en 1990 y que de una u otra manera afectan sus funciones mediadoras. Se trata de un entorno difícil e inestable, marcado por la debilidad institucional, que no garantiza el respeto a las libertades públicas y la falta de independencia del poder judicial, que no garantiza imparcialidad en la resolución de conflictos. A esto se suma la ausencia de una oposición que cumpla con las funciones de contrapeso y control del poder fáctico. Esta situación deja a los medios y a la sociedad civil, privados de aliados políticos con los cuales defender eficazmente derechos, libertades y garantías.

De hecho, son los medios de comunicación junto a diversas instancias de la sociedad civil organizada los únicos contrapesos reales frente al poder, en la medida en que ejercen vigorosamente la libertad de expresión. La endémica falta de institucionalidad y la pervivencia de las tendencias autoritarias, explican la tradición de combatividad de la prensa nicaragüense. En la medida en que no se superan los abusos, vicios y debilidades del sistema político, la ciudadanía les continúa demandando ser tarima para la denuncia, lo que incrementa el riesgo de involucramiento en conflictos políticos y tiende a reducir su rol de observadores y narradores de los mismos.

En Nicaragua, el orden social que se ha venido construyendo es uno de carácter excluyente que no tiene capacidad para resolver los conflictos ni para garantizar el rendimiento democrático de las instituciones, puesto que la gobernabilidad está al servicio de las demandas del mercado,

provocando la concentración de recursos en una minoría. En este marco, la comunicación política aparece como poco eficaz y de baja calidad, en tanto los arreglos más determinantes permanecen al margen del debate público, debido al cierre del sistema político, la dinámica de la actuación pública y no pública de los medios de comunicación y el estado de los actores sociales. Por ello, se puede afirmar que la comunicación política en Nicaragua es en gran parte, funcional a los arreglos dominantes dado que la misma se encuentra distorsionada por la falta de democratización del espacio público y por otro lado, por las propias limitaciones de los medios de comunicación como actores democráticos.

Lo que sigue es un resumen conclusivo sobre los resultados que aporta la investigación en relación con las dos dimensiones indagadas y sobre los retos que enfrentan los medios para su desarrollo como actores democráticos, pero también sobre los desafíos que enfrenta la democracia misma en Nicaragua.

2. RASGOS DE LA ACTUACIÓN NO PÚBLICA DE LOS MEDIOS

Los *periodistas* son el mayor activo de los medios de comunicación. De acuerdo con la encuesta, la mayoría presenta un buen nivel de estudios, partiendo del grado de licenciatura hacia estudios de postgrado. En el nivel individual prevalece una visión autocrítica sobre la labor que realizan, pero ésta no tiene cauces colectivos en las redacciones ni en las organizaciones gremiales. Los niveles de participación dentro de los medios son débiles y precarios y deben ser fortalecidos.

La mayoría no pertenece a ningún tipo de organización social ni gremial. En este último tipo de organización, de los que pertenecen, la mayor parte se adscribe a la Unión de Periodistas de Nicaragua. La gran mayoría -arriba del 80 por ciento- dijo también no pertenecer a ningún partido político, mientras un 60 por ciento dijo no pertenecer a ninguna iglesia. Igualmente no están vinculados al Colegio de Periodistas que, según la ley que le dio origen, es requisito estar inscrito en la organización para ejercer el periodismo. Actualmente tal disposición está impugnada legalmente y no se aplica. Sin embargo, en algún momento podría hacerse efectiva, y convertirse en un peligroso instrumento para el control político del ejercicio profesional.

La poca representatividad y falta de beligerancia de las organizaciones gremiales, la falta de participación de los periodistas, así como la existencia de diferencias políticas y empresariales entre los principales medios, limita las posibilidades de concertar acciones para defenderse ante presiones o agresiones contra el ejercicio del derecho a informar. En un entorno institucional y político difícil, los periodistas se encuentran en buena medida solos y en una situación de vulnerabilidad.

En cuanto a la *selección de la agenda temática de los medios*, los resultados indican que la agenda mediática es muy reducida y está mayoritariamente centrada en el conflicto entre la clase política. Las demandas ciudadanas sobre derechos sociales, económicos y políticos, aparecen muy reducidas, así como una serie de temas de interés nacional y territorial. Hay un sobredimensionamiento de la política formal e institucional, donde los temas del conflicto político tienen la máxima jerarquía.

En cuanto al *proceso de producción de información*, para la selección del acontecer los periodistas utilizan cuatro criterios básicos: el conflicto, el impacto colectivo, la actualidad y la trascendencia del hecho.

En cuanto a la *selección de fuentes de información*, se encontró que los actores del Estado son buscados por los periodistas básicamente por su mayor *capacidad de información* (asesores presidenciales y policía nacional) y de decisión, (principalmente jueces, magistrados y diputados). Los actores de la sociedad civil, son buscados por su mayor *capacidad de incidencia y de análisis*. Mientras que en el caso de las iglesias únicamente por su *capacidad de incidencia*. Los periodistas descartan a los actores a partir de que estiman que no tienen información o poseen poca representatividad. Las prácticas de verificación de la información por los periodistas, aparecen bastantes bajas, pues la mayoría no verifica los datos, no indagan más allá de las fuentes primarias y sólo una minoría busca el contraste de opiniones.

El *umbral de noticiabilidad*, refleja que son los actores de la clase política y empresarial, así como ciertas instituciones de coacción o represión del Estado (magistrados, jueces, policía, ejército) quienes tienen el más alto grado de cobertura y de interés. Sólo un reducido número de temas y actores del ámbito social cruzan el umbral de noticiabilidad para los medios.

El *margen de libertad y autonomía* para el ejercicio periodístico, es muy amplio cuando no hay en el país conflictos graves ni elecciones. Las campañas electorales y las situaciones conflictivas en el campo político, económico o social tienden a reducir ese margen. Esta situación volvió a evidenciarse en la campaña electoral del 2006, donde los principales medios se alinearon políticamente en la contienda y en la cual resultó electo Daniel Ortega como presidente de Nicaragua.

En cuanto a los *conflictos de intereses en la relación gerencia-redacción*, la tendencia prevaleciente es la negociación de los intereses de ambas áreas. Casi la mitad de los periodistas encuestados tienen que negociar con los gerentes del medio la producción noticiosa, mientras que para un tercio está influenciada por decisiones de interés económico del medio. Sólo para una minoría los intereses periodísticos pesan más que los gerenciales. Por otro lado, existe una fuerte tendencia a la autocensura de parte de los periodistas, que estaría inducida por diversos factores, siendo los más importantes el de evitar el despido y evitar que se cierre una fuente. Del lado de los medios como empresas, se refleja también una actitud similar, siendo el principal factor el evitar que disminuya la pauta publicitaria.

En cuanto al *tipo de periodismo* que se realiza en el país, los resultados reflejan que se trata fundamentalmente de un periodismo informativo. Entre las deformaciones más señaladas -comunes a los tres tipos de medios- en el ejercicio periodístico, la televisión destaca por el amarillismo, el sensacionalismo, la explotación del sufrimiento y el realismo que violenta los derechos humanos. Esta última práctica es menor en la radio que, sin embargo, aparece en segundo lugar en todas las demás. La prensa escrita realiza estas prácticas en menor medida, pero destaca por la editorialización con los titulares y los publibreportajes encubiertos como información. Por otro lado, la prevalencia de prácticas de corrupción de parte de los periodistas en los distintos medios es alta y representan una fuerte tendencia a la descomposición de la función de comunicación pública que tienen los medios.

Todos los medios tienen alguna *inclinación política*, pero menos de un tercio favorece al gobierno. En cuanto a la imparcialidad partidaria en el trato de los hechos políticos, los datos reflejan que hay un amplio consenso en cuanto a otorgar equidad de voz y dar cabida al pluralismo en los medios durante los periodos electorales. Al menos la mitad de los periodistas tienden a mantener un espacio para su propia adscripción ideológica o

partidaria. Los valores profesionales tales como el hecho de ser fiel a la verdad y de juzgar sin tendenciosidad política o partidaria, no aparecen firmemente establecidos dentro del cuerpo de periodistas que trabajan en los medios. La autonomía de medios y periodistas en relación con las líneas o posiciones de los partidos políticos es relativa, dependiendo de la militancia de los periodistas y de la inclinación política de los medios o sus propietarios. Hay un amplio espacio para la intervención y/o influencia de los partidos sobre el discurso mediático, en detrimento de la autonomía y los valores profesionales.

En cuanto a las *estrategias utilizadas por otros actores para influir a los medios*, se encontró que entre los medios mismos se utilizan principalmente estrategias negativas, tales como la competencia desleal por el reparto de publicidad, el pirateo de periodistas y el pirateo de productos informativos. Los otros actores (gobierno, partidos políticos, actores sociales, actores económicos y agencias de publicidad) utilizan estrategias como la accesibilidad, siendo la más grande la de los actores sociales y la menor, la de las agencias de publicidad y el gobierno. En cuanto al reparto de publicidad, el trato imparcial hacia los medios es mayor en las agencias de publicidad y los actores sociales. La estrategia de la obstaculización y el soborno, es más utilizada por los partidos políticos.

3. RASGOS DE LA ACTUACIÓN PÚBLICA DE LOS MEDIOS

Según los resultados, la *tendencia ideológica* de los medios sería mayoritariamente “centrista”, sin embargo, el grado de partidización de los mismos se incrementa sustantivamente durante períodos de conflictos y procesos electorales. En cuanto a las *concepciones económicas* prevaletes, las ideas del libre mercado son hegemónicas en los medios, aunque las ideas sobre la economía mixta y el mercado regulado encuentran también algún asidero.

La cultura política de los periodistas aparece marcada por una cosmovisión providencialista con un sustrato de valores tradicionales (obediencia sumisa, respeto a la autoridad, orden familiar, patriarcalismo), para quienes la religión y la política, no terminan de separarse. El *pensamiento de los periodistas* aparece anclado en un saber preteórico, es decir, intuitivo, cotidiano, de “sentido práctico”, poco dado a la reflexión consciente.

En relación con las *prácticas de los medios de comunicación para la construcción de ciudadanía*, los resultados muestran que hay una significativa, pero aún baja y desigual inclusión de actores representados por los movimientos sociales, así como de los derechos y demandas de las que son portadores.

En relación con la inclusión de derechos, los que logran cruzar el umbral de los medios son el movimiento por los derechos humanos, el movimiento de mujeres por los derechos de igualdad y los movimientos locales/regionales por la demarcación territorial¹.

En cuanto a las demandas y reivindicaciones, la participación de las mujeres, la inclusión de los jóvenes, la violencia contra la niñez, el incremento salarial, la protección de los recursos naturales, el derecho a la tierra y el empleo, son los temas que logran un mayor grado de inclusión. Una nueva agenda proveniente de los espacios locales, relativa a la autonomía municipal, la descentralización y las iniciativas de desarrollo, muestra un importante nivel de inclusión en los medios.

La *promoción de nuevos valores y prácticas culturales* en función de la construcción de ciudadanía refleja que los medios enfatizan el derecho a la información y de libre expresión de los ciudadanos en función de la rendición de cuentas de los funcionarios públicos.

Por otro lado, se promueve en buena medida el reconocimiento a la igualdad entre hombres y mujeres, así como el respeto a la diferencia. El papel formativo de la información, el control del poder y el interés común como norma fundamental de un Estado democrático, así como la responsabilidad de los medios ante la sociedad y el derecho ciudadano a fiscalizarlos, son, entre otras, las prácticas y valores menos promovidos por los medios.

El aporte de los medios a la construcción de ciudadanía a través de la promoción de una conciencia crítica y la autonomía de los individuos, es menor en tanto privilegian la exposición general de ideas y la narración de sucesos cotidianos, mientras dejan en segundo plano la reflexión y la promoción del conocimiento. Sin embargo, los resultados indican que dentro del cuerpo de periodistas nacionales hay un entendimiento básico sobre la función de la información y el sentido ético de la misma, que muestra una

tendencia alta de reconocimiento de la función social y pública de la profesión y que apunta a promover el discernimiento entre la ciudadanía. Este es un elemento que podría explicar la tendencia mostrada en la última década al incremento a la profesionalización dentro de los periodistas activos en los medios.

Sólo una minoría de periodistas reconoce a los medios nacionales como observadores imparciales (17 por ciento), mientras la mayoría los ubica como “narradores del conflicto entre otros” (44 por ciento) y un significativo número (20 por ciento) como participantes directos de los conflictos, de éstos la mayoría los ubicaba como “intermediarios imparciales” y el resto como “sacadores de ventaja” de los conflictos. Por otro lado, en el nivel interno de los medios, los principales conflictos señalados fueron entre los propietarios de los medios y los jefes de información, editores y periodistas, o bien entre los jefes de redacción y los periodistas. Las contradicciones entre periodistas y el departamento de mercadeo de los medios, no aparecen como significativas.

4. LA FUNCIÓN DE MEDIACIÓN COMUNICATIVA

La función democrática de mediación comunicativa entre el Estado y la Sociedad supone que los medios contribuyen a la realización de las siguientes tres tareas básicas: (1) el control del poder, (2) la democratización de la sociedad y (3) la construcción de ciudadanía. Los resultados de las entrevistas con los distintos actores del Estado y la sociedad permiten establecer la siguiente lectura:

4.1. Control del poder: lo público y lo privado

Puede afirmarse que dado que la agenda temática de los medios está enfocada principalmente sobre el poder y los conflictos de la clase política, hay un seguimiento estrecho a sus actuaciones. En este sentido, la prensa nicaragüense cumple en buena medida con la principal función democrática de ser “perro guardián” del espacio público, cuya tarea es: controlar el poder, asegurar los derechos, fiscalizar la distribución de los recursos públicos y fiscalizar la forma de gobierno. El nivel de respuesta del Estado y el gobierno sobre estos puntos, es lo que determina la legitimidad y la democraticidad de un régimen y por las características de la historia y del carácter partidocrático del sistema político nicaragüense, los me-

dios han desarrollado una tradición opositora al poder que en momentos tiende a polarizarlos. Por ello existe la percepción social de que no se limitan a ser observadores y narradores de la realidad, sino que tienden a actuar como *actores de conflictos políticos* en la medida en que se involucran en el rol de árbitro no neutral.

Sin embargo, el *sitio de los medios como actores políticos* en la percepción general es que están ubicados más cerca de la opinión pública que de los políticos, particularmente cuanto más grande es el medio y “mejor pueda permitírsele”. Si bien predomina la autonomía en las redacciones, es reconocido que ésta se reduce drásticamente en tiempos de crisis y elecciones y frente a un ambiente político permanentemente inestable como el nicaragüense, esto significa una amenaza estructural sobre la autonomía de medios y periodistas. Pese a las críticas y percepciones sociales sobre los medios, las encuestas más recientes muestran que éstos son una de las instituciones que gozan de mayor confianza en la opinión pública de Nicaragua².

Esta situación es una fuente perenne de tensión con el poder, pues la tentación de los gobiernos por atraer a los medios hacia sus posiciones, o al menos neutralizarlos, es también permanente. Hasta fines de la administración anterior, no había en Nicaragua graves limitaciones a la libertad de expresión y los asesinatos de tres periodistas en ese periodo como expresión de la intolerancia, provinieron de individuos particulares. Sin embargo, con el ascenso del Frente Sandinista al poder tras las elecciones del 2006, la libertad de expresión y del ejercicio del derecho de información se ven en riesgo por las amenazas prefiguradas en la denominada “Estrategia de Comunicación” del gobierno que propone el establecimiento de una “democracia directa” y el control arbitrario y secretista de la información pese al hecho de que ya se ha aprobado una Ley de Acceso a la Información Pública.

El *acceso a la información pública* es un elemento esencial de la transparencia, que no es otra cosa que los flujos de información que hacen visible el carácter de las decisiones político-administrativas y su impacto. El escaso acceso a la información alimenta la corrupción. La censura y la ocultación de la misma favorece los acuerdos que determinan la manera de

² Con un 64,2 por ciento de confianza según el Sistema de Monitoreo de la Opinión Pública, M & R Consultores, encuesta de abril, 2007.

disponer del gasto público beneficiando a unos pocos. Por otro lado, impide que los ciudadanos puedan evaluar las decisiones de los líderes y exigir responsabilidad de los funcionarios. De esta manera se imposibilita el establecimiento de una *agenda pública pertinente* que ponga a debate los problemas trascendentales del desarrollo y la administración del país.

Por otro lado, la manifiesta hostilidad hacia la prensa independiente y actos de intimidación ante las denuncias periodísticas, hacen temer que se puedan utilizar determinados instrumentos en la legislación para penalizar a periodistas así como nuevas modalidades de represión más sofisticadas (utilización de la publicidad estatal para premiar o castigar a los medios, presiones económicas, condicionamientos de licencias o concesiones, colegiación). Al terminar el primer semestre del gobierno, el incumplimiento del convenio con el Colegio de Periodistas de destinar una parte de la publicidad estatal para los “medios pequeños”, ha provocado ya el cierre de diversos programas radiales independientes, como el emblemático noticiero “Criterio” que cerró en agosto del 2007 tras 21 años de transmisión ininterrumpida. La Secretaría del Consejo de Comunicación y Ciudadanía, ha invertido la mayor parte de la publicidad estatal en la promoción de la imagen del presidente y en la pauta de los medios oficialistas.

Por todo ello es en el interés de los medios que funcionen de manera democrática y apropiada las instituciones de justicia, contraloría y parlamento, a fin de que asuman su rol como fiscalizadores y de contrapesos de poder, a fin de contrarrestar la tendencia a llenar el vacío y sustituirlas, pero también para impedir que se consolide en Nicaragua lo que ya abiertamente se califica como una “dictadura institucional”. De acuerdo con el diario *La Prensa* (2007), se trata de un gobierno

“que es elegido por medio del voto popular, pero usa las instituciones democráticas de manera arbitraria, retuerce la ley y la aplica caprichosamente, de acuerdo con sus particulares intereses, o dicta leyes excepcionales que lo habilitan para ejercer el poder autoritariamente, sin respetar el consenso político y social básico que es indispensable para el funcionamiento del sistema democrático”.

En cuanto al control de los poderes privados, los medios de comunicación aparecen con mucha menor beligerancia en su función de “perro guardián”, puesto que en el *cálculo estratégico de las empresas mediáticas* pre-

domina el interés empresarial-comercial sobre su misión como foros públicos, lo que limita su compromiso democrático para abordar temas que afectan a los grupos económicos dominantes.

Si se toma en cuenta que en el mercado publicitario el mayor anunciante en los medios en la actualidad es el sector privado en un 95 por ciento y que el Estado es uno de los primeros cinco anunciantes del país de acuerdo con los publicistas, se puede entender que la competencia entre los medios sea más económica y empresarial, y no tanto periodística. El interés mercantilista hace que los medios privilegien el entretenimiento en lugar de la información y tiendan a obviar la fiscalización al sector privado. Esto permite plantear la hipótesis de que tanto la autocensura como el amarillismo son producto en buena medida de estas relaciones económicas.

4.2. Democratización de la sociedad

Por otra parte, la liberalización económica ha provocado la modernización tecnológica de los medios y la diversificación de la oferta mediática e informativa, habiendo una tendencia a una convergencia horizontal (combinando televisión y emisoras de radio) y a una convergencia de contenido (información y entretenimiento). Esto último ha establecido una tendencia a la uniformidad de los productos y a privilegiar un periodismo informativo y de sucesos, marcado por una tendencia al amarillismo y otras deformaciones, como efecto de la competencia por las audiencias, en detrimento de una oferta informativa de calidad que permita la producción de sentido y la comprensión de la realidad y el cumplimiento con los derechos de la ciudadanía en materia de información.

El hecho de que la actividad periodística esté sustentada en una organización empresarial no la desacredita ni descalifica, puesto que la naturaleza empresarial de los medios es proveer información necesaria y decisiva en los procesos de participación de la ciudadanía en lo público. Justamente por ello, los periodistas y las empresas mediáticas tienen que rendir cuentas a la sociedad a la que sirven: se trata de empresas privadas con responsabilidad social, cuya base es el ejercicio de la libertad de expresión garantizada por la Constitución, que implica que los medios y periodistas asumen deberes y responsabilidades como contrapartida, sobre el bien público de la información.

La investigación revela que en los medios nacionales si bien la frontera entre lo gerencial y lo periodístico está definida, los mecanismos institucionales son débiles. El auge de la “nota roja” televisiva, motivada por el afán de capturar mercado, revela la preeminencia de los criterios gerenciales. En este marco, la actuación pública de los medios está determinada, además, por la baja secularización, la tendenciosidad política y un mediano profesionalismo de sus recursos periodísticos, lo que afecta el lenguaje político de los medios, que tienden a refuncionalizar ideologías conservadoras y valores tradicionales.

En este sentido, es importante retomar el propósito del periodismo, que consiste en proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y gobernarse a sí mismos. La información de calidad es una necesidad primaria de la gente y es una característica fundamental de la ciudadanía. La información es un lugar de aplicación práctica de los derechos civiles, de manera que el interés común y la controversia entre actores requieren de un periodismo de calidad.

Dado que la sociedad civil es débil, la influencia de los medios a su vez es limitada, por lo cual pueden y deben contribuir al fortalecimiento de la misma dando cabida a los movimientos sociales emergentes, para profundizar la democratización.

La sociedad civil demanda una mayor atención e inclusión de los medios y un ejercicio plural de la opinión. Los movimientos sociales (mujeres, jóvenes, ambientalistas, etc.) necesitan de los medios para ampliar la resonancia de sus planteamientos y generar desasosiego cognitivo sobre una serie de relaciones desiguales o predatorias, lo que contribuye a desarrollar la conciencia ciudadana y el cambio de valores. Los actores sociales requieren asimismo articular sus identidades, construidas principalmente a partir de factores culturales, así como de su visibilización y representación simbólica para influir en la opinión pública.

Una prensa independiente y comprometida con la democracia debe buscar los puntos de convergencia con los distintos actores de la sociedad civil para la construcción de una sociedad más plural y equitativa. Pero, además, debe ejercitar y alentar una “democracia discursiva”, según la cual un orden democrático es fundamentalmente aquel que crea mejores condiciones para que los conflictos puedan ser dirimidos a partir del diálogo. Como comunicadores políticos, los medios deben motivar, compartir con-

vicciones, representar y agregar intereses y grupos dispersos, para mover a la acción política de la ciudadanía con el fin de participar en las políticas públicas.

4.3. Construcción de ciudadanía

4.3.1. *El aporte a la autonomía y al juicio crítico de los sujetos*

El ejercicio de ciudadanía es un proceso al que contribuyen los medios de comunicación, al igual que las diferentes instituciones de la sociedad. Los medios de comunicación pueden, por tanto, fomentar una ciudadanía pasiva vinculada únicamente al consumo, o bien, pueden promover una ciudadanía activa y participante. La constitución de tal ciudadanía se realiza a partir del estímulo de la autonomía de los sujetos individuales y sociales, a fin de que puedan desarrollar la capacidad de poder sobre sí mismos y de decisión sobre su destino y condiciones de vida. La perspectiva democrático-participativa propone incentivar la participación y, a través de ella, desarrollar el juicio político ciudadano (la combinación de sentido moral y justicia) que significa a la vez, el desarrollo de los individuos como sujetos políticos y adultos morales.

El núcleo del concepto de ciudadanía tiene dos elementos complementarios: estatus y práctica. El estatus de ciudadano le da a la persona la garantía de protección legal y política de un poder coercitivo, al mismo tiempo que implica obligación de proteger este estatus: la obligación de pensar y actuar con el ideal del bien común, de defender y mejorar las instituciones políticas, y esta obligación se realiza a través de la ciudadanía como práctica (ciudadanía activa).

La ciudadanía activa implica el poder y la capacidad de formular las leyes bajo las cuales se está viviendo, que a su vez postula la posibilidad y la capacidad de participar en los debates sobre el bien común. Como práctica, la ciudadanía necesariamente exige un régimen democrático y un conjunto de competencias cívicas (identidad, cooperación, tolerancia, limitación del interés egoísta, respeto a las reglas, etc.). La identidad (democrática) compartida es la que permite desarrollar el resto de las competencias cívicas, que incluyen el conocimiento de los sistemas políticos, la habilidad de pensar de manera crítica sobre la vida política y saber cómo participar con éxito en el proceso del gobierno.

Para realizar esas funciones críticas se requiere un aumento de la capacidad cognitiva del ciudadano, y es aquí donde cumple su función la *oferta informativa de calidad* que pueden servir los medios de comunicación. En este sentido, la información se concibe como un recurso valioso que describe la realidad y reduce la incertidumbre; es decir, es un tipo de información que permite a las personas enfrentarse a la realidad de manera más efectiva.

En este sentido, una de las limitantes de la apertura democrática de los medios concierne a los propios periodistas, puesto que en el nivel técnico deben tener las habilidades básicas para desempeñar sus funciones de manera competente. Estas habilidades a su vez dependen de factores como la educación formal, el entrenamiento en las redacciones, los mento-razgos informales y las organizaciones profesionales. En términos normativos, el compromiso periodístico con principios tales como la veracidad, la exactitud, la imparcialidad y el balance promueve la orientación cívica de los medios.

Sin embargo, hace falta incentivar en los periodistas el pensamiento crítico, que es ese modo de pensar sobre cualquier tema, contenido o problema, en el cual el pensante mejora la calidad de su pensamiento al apoderarse de las estructuras inherentes del acto de pensar al someterlas a estándares intelectuales. Según el consenso explicitado en el Informe Delphi (Facione, 1990) pensar críticamente consiste en un proceso intelectual que, en forma decidida, regulada y autorregulada, busca llegar a un juicio razonable. Este se caracteriza por: (1) ser el producto de un esfuerzo de interpretación, análisis, evaluación e inferencia de las evidencias; y (2) puede ser explicado o justificado, por consideraciones evidenciables, conceptuales, contextuales y de criterios, en las que se fundamenta.

Todo ello con el propósito de ir más allá de las impresiones y opiniones particulares y superar el pensamiento egocéntrico, de que “es cierto porque creo en ello” o porque “lo cree mi grupo”, para poder entender y evaluar los argumentos en su contexto y dotar de herramientas intelectuales para distinguir lo razonable de lo no razonable, lo verdadero de lo falso.

4.3.2. *Autonomía y ética del comunicador*

Por otro lado, las y los periodistas contribuyen a la construcción de la democracia y al desarrollo de la ciudadanía cuando defienden su propia autonomía, pues sin autonomía no existe acción ética auténtica y originaria; sin responsabilidad, las actitudes éticas son absorbidas por comportamientos rutinarios, condicionamientos externos (políticos, económicos o religiosos) o intereses de cualquier tipo.

Desde una perspectiva ética, el fin y el sentido del quehacer del periodista como primer actor en el intercambio comunicativo, es que la comunicación esté orientada a la ampliación del conocimiento y no del control social. En la comunicación orientada al control social, lo que interesa es *hacer hacer* al interlocutor, donde la información no se valora como un modo de esclarecimiento, sino como estímulo para producir un comportamiento previsto.

En la comunicación orientada hacia el conocimiento, lo que interesa es *hacer saber* a los interlocutores para que tomen conciencia de su propia condición existencial y social, ampliando con ello su autonomía. Como ha señalado el teórico de la comunicación, Manuel Martín Serrano (1982), esto es lo que ha separado desde siempre el saber desinteresado, la búsqueda de la verdad y la reflexión científica, de la manipulación.

De cara al contradictorio rol de los medios como foros públicos y empresas, y el propio rol de profesionales de la información, es necesario para los periodistas asumir una respuesta deontológica: defender la libertad de informar por un lado; y cumplir unas normas profesionales de autocontrol, por el otro. La dignidad profesional es la única actitud válida para superar imposiciones intencionales y sectarias, pero también para observar el respeto a los derechos humanos de las demás personas y, por extensión, del respeto debido a la audiencia.

El derecho a informar constituye un derecho fundamental y raíz de los restantes derechos. El derecho a la intimidad de las personas es un derecho legítimo, pero suele ser de carácter conflictivo. De aquí se derivan todos los contenciosos con el informador: como víctima de los personajes públicos, famosos y poderosos o como victimario de personas o grupos sociales, o de la audiencia en su conjunto.

Esto está referido al hecho de que medios y periodistas pueden ejercer la violencia simbólica, que se manifiesta como aquellas relaciones de fuerza entre un locutor (medio/periodista) dotado de una autoridad social específica, y su interlocutor o público, el cual reconoce su autoridad en diferentes grados, a quien se le impone un “discurso” que le niega su humanidad o dignidad. Esto suele suceder por ejemplo con las representaciones de las mujeres como objetos o de los niños y jóvenes como pandilleros o vagos. Otro ejemplo es la comunicación antisocial, que suele reflejarse en ciertos medios que explotan el sufrimiento humano, el infortunio de las víctimas, violan el derecho a la intimidad o provocan terror.

De manera pues que intimidad e información libre son dos valores éticos que exigen ser medidos por el baremo de la dignidad personal y de un tratamiento responsable. El problema es que la autorregulación profesional requiere un debate para la construcción de un Código Deontológico para el cual no hay espacio en los medios ni en las asociaciones o colegio de periodistas. Otros problemas circundantes son la coerción económica ejercida por la publicidad estatal, la privada y la amenaza de los juicios por desacato a la autoridad, difamación o injurias. Se requiere también un entorno más favorable tanto político como económico para el desarrollo de los medios, así como la existencia de una opinión crítica sobre los mismos.

4.3.3. El aporte a la equifonía de las excluidas

En cuanto al discurso de género y libertad de expresión, en los medios tiene preeminencia el pensamiento androcéntrico, signado de valores patriarcales, donde la perspectiva y la voz de las mujeres tienen poco espacio, pese a que representan la mitad de toda la población de todos los sectores. Las mujeres pueden y de hecho lo hacen, contribuir al cambio y a la democratización de la sociedad en la medida en que acceden al uso de la palabra en el espacio público y afirman su calidad de ciudadanas.

En este sentido, periodistas y medios aportan a la construcción de ciudadanía en la sociedad cuando:

- Representan a las mujeres como adultos morales y como sujetos políticos.
- Cuando promueven la autonomía de las personas.

- Cuando toman distancia de los predicados y estereotipos que se le asignan al género femenino.
- Cuando se respalda el ingreso de las mujeres a los “espacios prohibidos” para el ejercicio de funciones que han sido sólo para los hombres.
- Cuando los y las periodistas se abstienen de ejercer la violencia simbólica, y no imponen un “discurso” que le niega la humanidad o dignidad a un grupo social.
- Cuando las mujeres son proyectadas como protagonistas del acontecer sociopolítico y como ciudadanas, no sólo como madres, esposas, víctimas, santas o delincuentes.
- Cuando se satisfacen las necesidades informativas de las mujeres derivadas de sus intereses económicos, políticos y sociales, que no son reductibles a la trivial agenda de belleza, amor y hogar que siguen reiterando los medios.
- Cuando promueven la idea de la paridad democrática e incorporan el análisis y el debate de la problemática genérica como parte de la agenda nacional y del interés público.
- Cuando se debaten los procesos que ocurren en la esfera privada como la violencia sexual e intrafamiliar con rigor crítico, y no como información irresponsable de “nota roja”, donde se explota el sufrimiento, el infortunio de las víctimas y se viola el derecho a la intimidad.
- Cuando no se esgrime la libertad de expresión para explotar la sexualidad, el dolor humano y la violencia, o para hacer apologías etnocéntricas, machistas o autoritarias.
- Cuando las y los periodistas ejercen una argumentación democrática y promueven la secularización de la sociedad, descartando los discursos religiosos y las concepciones míticas del mundo.

La equifonía en la opinión y en la representación mediática, así como la renuncia a la violencia simbólica, son elementos indispensables para una prensa cívica, democrática e incluyente.

5. PARA CONVERTIR A LOS MEDIOS EN ACTORES POLÍTICOS DEMOCRÁTICOS

Para poder contribuir a la democratización de la sociedad, los medios de comunicación deben concebirse a sí mismos como actores democráticos y responder a las expectativas de desempeño profesional de calidad que el público reclama: en la entrega de mayores y mejores niveles de información a una ciudadanía que demanda participación; en el desarrollo de un periodismo investigativo, fiscalizador de la probidad pública y de denuncia a la corrupción; en el seguimiento a la buena administración de los recursos; en el tratamiento responsable y serio a los problemas sociales, políticos y económicos.

Lo anterior supone que la prensa nacional realice una reforma interna e invierta en el mejoramiento de su producción periodística, potenciando el servicio que prestan a la sociedad, sobre la base de las siguientes metas:

- a) Constituirse en verdaderos foros de debate público para el intercambio amplio y pluralista de opiniones, a fin de que no quede circunscrito a quienes ostentan cargos públicos, dirigentes políticos o de grupos económicos.
- b) Asumir un compromiso con la participación ciudadana y con una plataforma de valores y propuestas democráticas.
- c) Promover el debate y la búsqueda de soluciones a los problemas locales y nacionales, desde la práctica de un periodismo cívico y de servicio.
- d) Invertir en la formación de los periodistas para desarrollar una serie de capacidades y disposiciones personales para poder pensar críticamente, tales como humildad, entereza, empatía, autonomía e integridad intelectual, perseverancia y confianza en la razón.
- e) Fortalecer los criterios periodísticos de las redacciones sobre la base de la ética informativa y la ética profesional, valores democráticos, autonomía política, excelencia investigativa y la construcción de agendas propias y pertinentes en función del bien común y el respeto a los derechos fundamentales de las personas.

f) La definición entre empresarios y periodistas de las reglas del juego, entre gerencia y redacción, para establecer con claridad la misión del medio, las reglas internas de gobierno, los códigos de conducta.

g) Establecer sistemas de autoevaluación y autorregulación internos y mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como Defensoría del Lector, un foro sobre medios y espacios de debate público sobre su desempeño y responsabilidades.

Como contrapartida, las organizaciones civiles deberían procurar la creación de una veeduría u observatorio de los medios de comunicación, pues no bastan los sistemas internos de autoevaluación de los propios medios. La prensa nacional en tanto enseña y hace pensar, tiene un compromiso pedagógico con la sociedad, por lo cual es necesario que la sociedad ponga atención al periodismo de baja calidad y demande una relación más respetuosa de parte de los medios, basada en la honestidad, la confianza, la credibilidad y la excelencia profesional.

Michelangelo Bovero (2002: 28) ha dicho que

“así como la función del ojo es la de ver, de la misma manera la función de la democracia es producir decisiones colectivas con el máximo de consenso y el mínimo de imposición”.

Para ello es indispensable que medios y periodistas asuman un compromiso beligerante con la democracia y tomen la iniciativa de transformarse a sí mismos, para el beneficio mutuo de los medios y la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

BOVERO, Michelangelo (2002): “Democracia y Derechos Fundamentales”, *Isonomía*, n°16, abril de 2002, Universidad de Turín.

CINCO (2005): *Nicaragua: la gobernabilidad al servicio de las reformas*. Managua: CINCO.

FACIONE, Meter A. (1990): *Critical Thinking. A Statement of Experts Consensus for Purposes of Educational Assesment and Instruction*. “The Delphi Report”. California Academic Press.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1977): *La mediación social*. Madrid: Akal.

MARTÍN SERRANO, Manuel y otros (1982): *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Cuadernos de la Comunicación, Vol. III, segunda edición.

MARTÍN SERRANO, Manuel (2004): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza, tercera edición.

SIN AUTOR (2007): “La dictadura institucional”, editorial, *La Prensa*, 30 agosto de 2007.

PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

MONTENEGRO, Sofía (2008): “La comunicación política y el estado de los medios de comunicación en Nicaragua”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 2, primer semestre de 2008, pp. 191-212. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

(*) La autora

Sofía Montenegro (Darío, Nicaragua, 1954) es periodista y actual directora del Centro de Investigaciones de la Comunicación y co-directora del Observatorio Nacional de la Democracia y la Gobernabilidad en Nicaragua. Fue co-fundadora y miembro del Consejo Editorial del diario *Barricada* (1979-1994). Autora entre otros trabajos de *La Revolución simbólica pendiente. Mujeres, medios de comunicación y política* (1997); de *La Cultura Sexual en Nicaragua* (2000) y co-autora del informe *La Gobernabilidad al servicio de las Reformas* (2005). Ha sido militante feminista desde 1978 y forjadora del Movimiento Autónomo de Mujeres de Nicaragua. Recibió el Premio Latinoamericano de Periodismo José Martí (La Habana, 1987) por el ensayo histórico *Memorias del Atlántico*.