

La mediocracia y los mediocres

La diputada (o el diputado, porque no se trata de una cuestión de géneros) llega hasta el immaculado edificio de la calle Tacuarí, se presenta en la oficina del impoluto gerente y a la primera seña que recibe se dirige diligentemente hacia su escritorio.

“Venga, aquí va a estar más cómoda”. Se sienta sin pudor alguno en el regazo del anfitrión (en el regazo del poder) y se deja dar cuerda como un muñeco obediente. “No respire por unos segundos; quédese tranquila que no le va a doler...”. El gerente-gerente puede llamarse Rendo. O Gowland Mitre, si es que concurrió a otro edificio, esta vez de la calle Bouchard. En cualquier caso, esos saben cómo tratar a las marionetas.

“A ver... ¿ya está lista? Bueno, la escucho...”

“La reforma de la ley de radiodifusión es nada más que una herramienta para someter a los medios de comunicación”.

Muy bien, muy bien...! Vamos, repita otra vez...

“La reforma de la ley de radiodifusión es nada más que una herramienta para someter a los medios de comunicación”.

¡Excelente!. Eso es lo que necesitamos decir... Muy bien, diputada Giúdice. Con usted y el senador Morales haremos un gran trabajo. Ahora vaya y diga todo esto que aprendió acá. Desde mañana su nombre saldrá en todos lados.

Así opera el nuevo sistema de poder de la Argentina. Una oligarquía periodística que, como correa de transmisión del establishment mundial, se arroga la misión de redactar, propalar y difundir el pensamiento único, el pensamiento políticamente correcto, para que toda la comunidad sepa que no hay otro camino posible de tránsito que no sea el de los dueños de la riqueza. Un sistema, la Mediocracia, que para sembrar en el terreno de la “opinión pública” la verdad se vale de una dirigencia, los mediocres, que se despersonaliza a tal punto que cadena reproductora del discurso

Políticos sin vergüenza hubo en todos los tiempos y en todos los regímenes. Pero, como las cucarachas, encuentran mejor clima al calor de las grietas sórdidas y oscuras de los medios de comunicación, hacia donde se arrastran en busca de su alimento.

Se apiñan en torno de los manteles del Grupo Clarín para alcanzar alguna migaja del menú mediático.

Si en una verdadera democracia los medios debieran difundir lo que los ciudadanos piensan; en la Mediocracia la gente termina diciendo lo que los medios piensan y quieren que se diga.

Si en la democracia la información es una cosa, la opinión es otra y la propaganda política otra; en la Mediocracia no hay fronteras porque sus dueños violan

A falta de partidos políticos creativos y novedosos en la oposición, en ausencia de instituciones públicas creíbles y confiables, sin un movimiento cultural que marque los símbolos de nuestra era y con un gobierno políticamente frágil y a ratos académicamente discapacitado que nos hace sentir inseguros a todos, entonces los Medios de Comunicación han asumido la convocatoria de lo público, el monopolio de lo que es interesante sobre lo que es importante. Marcan la agenda del país con su propia agenda comercial.

Hoy, dispersos y diversos, fortalecidos y reagrupados, los medios de comunicación parecen decididos a ser un poder en sí mismo, constructores de los referentes nacionales, el espacio donde se convoca a la ciudadanía, donde se eligen a sus representantes. La Mediocracia. Un poder paralelo que gobierna

Tenemos que conversar sobre el poder fáctico que los medios corporativos acumulan en un país donde falta poder a los partidos políticos, credibilidad a las instituciones públicas, legitimidad a los poderes del Estado y fuerza a la sociedad civil. Tenemos cada vez menos Estado y más mercado.

Lo que muestran como hechos son en realidad "interpretaciones", mostradas como "la" realidad, es decir, "su" parecer se impone como "la" verdad. La deformación que sufre la opinión pública no es de ningún modo casual sino que viene patrocinada por este poder mediático; que no es sólo interés oligopólico, a este se añaden prejuicios y monomanías conservadoras que siempre se amparan en privilegios supuestamente sagrados, cuyos derechos no se discuten sino que se ejercen de modo absoluto

De acuerdo con esta tesis, la degradación de la esfera pública se produce por factores tales como la creciente concentración de los medios en pocas manos —lo que atenta contra el acceso de la mayoría a la información y a establecer las prioridades del debate público—, por la banalización de la vida pública en los contenidos informativos, por la ruptura de las fronteras entre lo público y lo privado, por el fomento al voyerismo y al escándalo político y por el énfasis otorgado a los factores emocionales por sobre los racionales entre las audiencias. Ésas son, precisamente, algunas de las tendencias observadas que han llevado a cimentar la idea de que los medios de comunicación con su actuación atentan contra la sustentabilidad democrática.

No obstante, los medios se han tornado imprescindibles y, en la misma medida, centrales en la vida cotidiana de millones de individuos. Su presencia en la sociedad no sólo es indiscutible sino en algunos casos abrumadora

A la vista de esta realidad se explica, también, la conformación de la "dieta mediática" de los mexicanos. Somos devoradores de contenidos televisivos de forma desproporcionada. Veamos. Se calcula que en los 28 principales centros urbanos del país en donde radica el 48% de la población y se concentra casi el 57% de los televidentes, el aparato televisor está encendido un promedio de ocho horas al día. Y si acaso esa vivienda cuenta con servicio de televisión no hay momento del día en este país en el que se deje de ver televisión.⁸

Si se compara a la televisión con otros medios se manifiesta la centralidad de que goza la pantalla chica

más que por su capacidad de manipulación y de imposición sobre las audiencias, el poder de los medios —comenzando por la televisión— emana de su potencialidad para establecer las agendas de lo que presuntamente es relevante sobre lo que no lo es; surge también de la posibilidad de hacer visibles a los actores sociales y de la clase política o en su defecto de facilitar su desdibujamiento de la escena pública, y de servir como arena (interesada) de las confrontaciones de quienes aspiran al poder

tal actuación de los medios parece contravenir no sólo su pretendida naturaleza de partes “desinteresadas”, neutrales y objetivas en los juegos del poder, sino quizá lo más delicado es que busca socavar a través de la reiterada descalificación (“partidocracia”) un fundamento de la democracia moderna: la existencia de un sistema de partidos políticos maduro y sólido. Sin ser un poder institucionalmente legitimado por otras vías que no sean el rating y una mediana credibilidad en las audiencias, las cabezas de los medios —las televisoras— juegan un papel que rebasa por mucho su condición de agentes mediadores y de arenas públicas para el encuentro de terceros. Ello sin ignorar que su influencia se sostiene en la explotación de un recurso público concesionado.

En cada medio los periodistas saben qué temas y qué fuentes están censuradas porque ponen en riesgo los intereses de los accionistas, saben de previo quién existe y quién no en términos mediáticos. Lo sabemos y lo sufrimos.

En el nuevo sistema: servir al poder. Con las patronales agrofinancieras sucede igual. La presidente les dice que vayan.

"La manipulación de la información les hace mucho mal a la Argentina y a los ciudadanos que tienen derecho a informarse", afirmó la presidenta Cristina Kirchner, en su discurso ante la Asamblea Legislativa. En línea con lo que sostiene desde su asunción, la Presidenta planteaba ante los legisladores lo que ya había anticipado en la Biblioteca Nacional el 27 de febrero último. Para ella, los medios repiten "un libreto que nadie sabe quién elabora" e instó a los intelectuales que la siguen a que ayuden a la sociedad a "desentrañar los mensajes de la prensa". Esta visión oficial sobre el papel de la prensa se esboza desde la presidencia de Néstor Kirchner y se exagera progresivamente durante la actual gestión. Todo aquello que piense o exprese distinto de la historia oficial es simplemente reaccionario o desestabilizador. Para este gobierno, la prensa no tiene un atisbo de independencia, sino que siempre actúa en función de intereses diabólicos. Para este gobierno, los medios de comunicación son un enemigo por vencer, tal como el campo o la oposición. ¿Qué diferencia existe, entonces, entre el primer anuncio de la presidenta Kirchner respecto de la modificación de la ley de radiodifusión y este último, realizado en el Congreso? Conviene repasar algunos hechos que, en orden cronológico, traducen la política oficial hacia los medios de comunicación. Simultáneamente con el anuncio realizado en abril

de 2008 para modificar la ley de radiodifusión, la Presidenta presentó un observatorio que intentaba ser un monitor de la cobertura mediática en lo más candente de la crisis con el campo. Durante todo el año pasado, los ataques y cuestionamientos a medios y periodistas estuvieron a la orden del día; la violencia discursiva precedió a hechos de violencia explícita, como el ataque a un stand de Radio Mitre en la Feria del Libro.

Mientras esperábamos el proyecto de radiodifusión oficial, que nunca fue dado a conocer, el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer) comenzó a actuar selectivamente contra algunos medios críticos, como Radio Continental, y un aliado sindical de primer nivel bloqueaba la salida de los diarios con la intención de dominar el circuito de distribución de diarios y revistas. La manipulación de la información quedó claramente verificada cuando el canal oficial no transmitió las imágenes del vicepresidente Cobos, cuando se contrata productoras privadas para difundir los actos oficiales y cuando no se permite a los canales de aire transmitir en vivo desde la Asamblea Legislativa.

También se manipula la información cuando la pauta oficial se utiliza para premiar a los medios adictos y castigar a los independientes o críticos. Como si todo eso no alcanzara para demostrar la visión que tiene esta gestión hacia la prensa y el clima de censura instalado, basta con recordar que en enero de este año el programa de Nelson Castro fue levantado de la programación de Radio Del Plata. Los nuevos dueños de la emisora, de fuerte vinculación con el Gobierno, se molestaron con las denuncias de sobreprecios en sus obras públicas, pero voceros de la empresa, además, dejaron saber que todos los días algún funcionario se quejaba de las afirmaciones del periodista.

En definitiva, entre el anuncio del 2008 y el reciente trasunta una advertencia: la reforma de la ley de radiodifusión para esta administración -en este contexto de confrontación con la prensa- puede ser nada más que una herramienta para someter a los medios de comunicación. Con el discurso de "romper los monopolios" y "democratizar la información", se intenta neomonopolizar el sistema público y privado de medios en manos amigas.

Es importante que la agenda parlamentaria asegure transparencia y objetividad en el tratamiento de la radiodifusión, incluyendo leyes para el acceso a la información y la regulación de la publicidad oficial. De nada servirá una ley amañada o a la medida de este gobierno; las deudas regulatorias del Estado en materia de radiodifusión deben saldarse con el consenso que corresponde a una verdadera política de Estado.