

(SIETE)

CÓMO AYUDAR A LAS PERSONAS A DOMINAR SU MUNDO

La gente de los periódicos siente satisfacción al hacer notar que el futuro de los diarios y el futuro del auto-gobierno tienen una relación vital. Supongo que esto para ellos significa que todos los ciudadanos de bien se deben comprometer a ayudar a los periódicos a prosperar en bien de la república. Desafortunadamente, la relación entre los periódicos y la salud política de una comunidad es una espada de doble filo.

La lectoría de los periódicos depende en buena medida del nivel de interés que tenga el público por las instituciones de elección democrática. Muéstrenme alguien que participe activamente en los intrínquilis de las tomas de decisiones públicas y yo les mostraré un adicto a la lectura de los periódicos. Muéstrenme alguien a quien no le importa el gobierno, la política o los asuntos públicos, que opina que no tiene control de la manera cómo se toman las decisiones gubernamentales y otras decisiones sociales importantes, y yo les mostraré a alguien a quien corremos el riesgo de perder como lector, si es que no lo hemos perdido ya.

Desafortunadamente, existe mucha evidencia que sugiere que un número creciente de personas prefiere no prestar atención al debate social y político. La tendencia general de la participación en las elecciones federales ha descendido desde la década de 1960.¹ Parece que la gente simplemente está perdiendo el interés. Cuando pronuncio discursos sobre el tema a menudo pregunto al público cuántas personas pueden nombrar inmediatamente a los legisladores estatales de su distrito. Muy pocos, incluso entre los periodistas, pueden hacerlo fácilmente. ¿Por qué? Simplemente no les importa. Entre tanto, la gente se ha hecho más cínica. Esto se refleja en los datos tomados de la encuesta nacional de opinión Yankelovich. En 1990, 36% de los encuestados reportó que estaban enojados por las promesas hechas durante las

¹ Statistical Abstract of the United States 1994, 14th ed., U.S. Department of Commerce; America at the Polls: 1994 (Storrs, Conn.: Roper Center for Public Opinion Research, 1995), 15.

campañas y que luego no se cumplieron. Para 1994, 45% reportó que estaban enojados por esa razón.² El tiempo es un factor importante en el creciente distanciamiento del público respecto a la política y el gobierno. ¿Existe alguien que no haya sentido que todo se ha acelerado y produce más tensiones durante los últimos diez o veinte años? ¿Dónde está el tiempo para la reflexión, para colocar los pies en la baranda y contemplar el curioso comportamiento social de las aves y los animales superiores? ¿Debemos asombrarnos porque la gente no se interesa por la política como solía hacerlo? Pero me temo que eso no es todo. La gente encuentra el tiempo para saciar su curiosidad sobre otras cosas —los deportes, el entretenimiento, el auto desarrollo. ¿Por qué se ha ido desplazando el interés por el bien común?

A medida que la movilidad y la escala de la sociedad aumentan, las relaciones personales con la política se atenúan, se mediatizan. Es más difícil sentirse comprometido con un político en la televisión que sentir un lazo personal con alguien a quien se ha visto en persona. La experiencia de mirar la televisión es pasiva. El televidente no está totalmente comprometido. Eso también ha cobrado su precio al espíritu de la participación. La decadencia de los partidos políticos y las maquinarias políticas de las grandes ciudades han eliminado de la vida comunitaria un poderoso elemento del contacto personal. Nadie de la organización se acerca ya a su puerta para ayudarle a cortar un árbol o a conseguir un empleo de verano para su hijo adolescente y a pedir a cambio su ayuda para el día de las elecciones. La televisión, y no los trabajadores del barrio, se ha convertido en la forma de hacer llegar el mensaje del jefe a la sala de estar.

Una conversación que sostuve en 1990 me hizo comprender la magnitud del cambio. La organización política creada por el finado alcalde Richard J. Daley de Chicago tenía dificultades para encontrar a alguien dispuesto a asumir la presidencia del partido. Le pregunté al hijo de Daley, el alcalde Richard M. Daley, qué pensaba de esa situación asombrosa. Sonrió y dijo: “¿Quiere usted el puesto?”

² The Yankelovich Monitor c. 1993: Trend Reference Book - Volume 1 (Norwalk, Conn., 574; The Yankelovich Monitor c. 1994: Trend Reference Book – Volumen 1 (Norwalk, Conn., 1994), 622

Los repetidos escándalos y las reformas que provocaron, incluyendo el ataque del sistema federal judicial al patrocinio político, abolieron cualquier remanente que hubiera podido quedar de la maquinaria política en la era de la televisión. Además, el escándalo creó un pozo profundo de dudas entre el público respecto de si alguien en el gobierno estaba jugando limpio. Obviamente, los periodistas desde hace mucho han aprendido la lección del pecado original como se lo expresó Willie Stark a un reportero que contrató para averiguar los aspectos oscuros en la novela política *All The Kings Men*, de Robert Penn: “El hombre es concebido en el pecado, nace en la corrupción y pasa del hedor del pañal al de la mortaja. Siempre hay algo.”³ La experiencia de los periodistas generalmente demuestra que si esperan lo peor, no quedarán defraudados. Pero esta opinión tiene consecuencias graves. Cuando incluyen este supuesto en sus informes noticiosos, sugieren la visión muy simplista de que todos los problemas sociales se podrían resolver si las personas que los están tratando de solucionar fueran honestas. Y lo que es peor para el posible sufragante: si todos los políticos son iguales, entonces ¿por qué molestarse en conocer sus nombres, y menos aún mantenerse al tanto de sus actividades a través del periódico? Además de los cambios en nuestra forma de vida, grandes cambios en nuestra forma de pensar han alienado a las personas de las instituciones de la comunidad y las han distanciado del debate comunitario. Algunas de las ideas unificadoras que hacían más fácil mantener las cosas en perspectiva han colapsado, con lo cual se dificulta más mantener el control de los acontecimientos que dan forma a nuestro mundo. La guerra fría, por ejemplo, y la creencia de que la ciencia significa progreso solía ofrecer una tranquilidad constante de que comprendíamos —o al menos teníamos la capacidad de comprender— por qué sucedían las cosas y lo que presagiaban. Incluso cuando las noticias eran malas, no parecían fortuitas. Los antiguos prejuicios también tenían un efecto de ancla, lo cual ayuda a explicar la intratabilidad de ciertas formas de prejuicio. El cerebro parece tener un tropismo por la explicación que todo lo abarca y, cuando fallan los sistemas ricos de la comprensión, otros sistemas pobres ocupan su lugar.

³ The Yankelovich Monitor c. 1993: Trend Reference Book - Volumen 1 (Norwalk, Conn., 574; The Yankelovich Monitor c. 1994: Trend Reference Book – Volumen 1 (Norwalk, Conn., 1994), 622.

En otras palabras, las personas necesitan amarres mentales. Albert North Whitehead comentó una vez a su colega filósofo Bertrand Russell: “Tu, Bertie, eres cándido; yo soy malicioso.” William Barrett explica la diferencia en su libro *The Illusion of Technique: A Search for Meaning in a Technological Civilization*:⁴

Las personas cándidas se aferran a los fragmentos claros de los hechos que se encuentran en primer plano y no hacen caso del fondo complejo de la realidad contra la cual surgen dichos hechos. Las personas maliciosas, por el contrario, están tan enfrascadas en esa complejidad del fondo que es parte de cada átomo de un hecho que la claridad de expresión surge tenuemente, si es que surge.

La mayoría de las personas encuentran que ser malicioso es demasiado incómodo para tolerarlo durante mucho tiempo. La metáfora usual es caminar en la niebla. Lo peor es que, ocasionalmente sale al azar un rayo de la oscuridad, sin advertencia, sin razón. Así se siente cuando los hechos abruma a una persona. ¿Nos debe sorprender entonces que estas personas pierdan el interés?

La sobrecarga de información se manifiesta emocionalmente como un profundo sentido de pérdida de control. Obviamente, incluso en épocas mucho más sencillas la gente no sentía que controlaba todo lo que afectaba sus vidas. Las enfermedades, las guerras, las fuerzas de la naturaleza, hacían sentir humilde al hombre. Pero en la época en que la gente podía recurrir a la oración más que a la ingeniería, tenía acceso a un tipo de control que hoy prácticamente hemos perdido. Neil Postman describe esto de una forma un poco romántica en su libro *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*:⁵

⁴ William Barrett, *The Illusion of Technique: A Search for Meaning in a Technological Civilization* (New York: Doubleday, 1978), 14.

⁵ Neil Postman, *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology* (1992; reimpression, New York: Vintage Books, 1993), 59.

Los hombres y mujeres corrientes (en las sociedades pre-tecnológicas) tal vez no capten claramente cómo encajan las duras realidades de su vida en el gran y benévolo diseño del universo, pero no tienen ninguna duda de que existe tal diseño, y su sacerdote y sus chamanes pueden perfectamente hacerlo, mediante la deducción a partir de un puñado de principios, sino totalmente racional, al menos coherente.

Incluso cuando uno no puede cambiar algo, puede obtener cierta medida de control sobre ello encuadrándolo firmemente en un sistema de creencias. No podemos detener la muerte pero podemos controlar su influencia en nuestras vidas a través de una sabia comprensión y diversas formas de fe. Cuando los acontecimientos internacionales plantean prospectos atemorizantes, ninguno de nosotros puede cambiar la situación y, sin embargo, todos buscamos conocimientos sobre las situaciones para poder obtener el control de nuestro entorno intelectual y emocional —si bien no de nuestro entorno físico.

De esta extraña forma Henry Adams se percató del fenómeno y sus implicaciones más generales antes que nadie, viéndolas en un dispositivo tecnológico que hoy parece simple (aunque realmente sigue siendo muy misterioso):⁶

El imán en su nueva relación (con el dínamo) asombró su nueva educación por la evidencia que representaba de una creciente complejidad y multiplicidad e incluso contradicción en la vida. No podía escaparse a ello; en la política y la ciencia, la lección era la misma, y en cada paso obstruía su camino, girara hacia donde girase. La encontró en la política, se tropezó con ella en la ciencia; la halló en la vida cotidiana, como si fuera todavía Adán en el Jardín del Edén, entre Dios que era unidad y Satanás que era la complejidad, sin manera alguna de decidir cuál era la verdad.

⁶ Henry Adams, *The Education of Henry Adams*, 1083.

En la actualidad, los asuntos que dan forma a nuestro futuro se han hecho tan complejos que a veces parecen sencillamente demasiado difíciles de comprender, incluso al nivel más elemental, y mucho menos de ubicar dentro de un contexto que nos permita ejercer control sobre ellos. Piensen en la energía nuclear, la política monetaria internacional, la aparición del tribalismo violento, la epidemia del SIDA. Piensen en la sarta de noticias que nos advierten que este o aquel factor de la dieta es mortal y después viene otro informe que sugiere lo contrario.

Cuando el conocimiento se fragmenta es una invitación a la clase de competencia de adversario que está suplantando rápidamente todas las demás formas de discurso. Expertos duelistas a sueldo esgrimen afilados fragmentos contra sus opositores mientras la muchedumbre espera ver sangre. Al no existir una forma de relacionar las aseveraciones competitivas con ningún sistema de pensamiento que ayude a explicarlas o evaluarlas, la gente está lista para recibir la visión del pecado original según los periodistas. La gente está dispuesta a pensar lo peor respecto a todos, incluyendo al propio periodista. La complejidad es una invitación al cinismo y el cinismo eventualmente hace que la gente pierda el interés.

La unidad y la multiplicidad, la coherencia y la complejidad, la claridad y la ambigüedad, la candidez y la malicia, la creencia en la perfeccionabilidad y el cinismo, el control y el caos, la idea del progreso y el temor del futuro. Estos opuestos son el marco del paisaje retórico de hoy.

CÓMO VENCER EL MALESTAR

Durante su agitada presidencia, Jimmy Carter pronunció un memorable discurso sobre el espíritu de la época. Los periodistas dijeron que estaba hablando respecto a un “malestar” y, de repente, el descontento público tuvo nombre. El discurso fue una terrible revelación de un secreto por todos conocido. Este es un ejemplo del problema que conlleva el malestar social; es muy difícil para cualquiera que esté involucrado en asuntos políticos (incluyendo a los periódicos) hablar al respecto. No fue por

coincidencia que el hombre que derrotó a Carter fuera cándido. Las personas querían alguien que les diera una homilía vieja, sentimental y confiada, aunque realmente ya no creyeran en ella. Pero a pesar de lo difícil que es manejar honestamente el malestar o como uno quiera llamar, esta condición contemporánea, los periódicos están profundamente interesados en atacarla y revivir la fe del público en la eficacia de la participación pública, como medio para que una comunidad pueda controlar la mayoría de los determinantes de su felicidad. Es uno de los puntos en los cuales coincide el interés público de los periódicos y los intereses más amplios de la sociedad.

No pretendo ofrecer un abordaje exhaustivo pero sí puedo sugerir algunos elementos.

La tecnología no es toda la respuesta, pero sí una parte; al espíritu moderno lo forma la tecnología, incluso cuando se levanta en una oposición Luddita. Es prácticamente imposible escaparse a los efectos omnipresentes de los medios electrónicos actuales, o incluso controlarlos —como podrá atestiguar cualquier padre que trate de limitar las películas que sus niños pueden observar.

Postman no es el único que ve los avances en la tecnología de las comunicaciones como una razón fundamental para que las personas sientan que las cosas están fuera de control. Muchos periodistas probablemente compartirían su punto de vista.⁷

La tecnología aumenta la oferta de la información disponible. A medida que aumenta la oferta, se esfuerzan los mecanismos de control. Se requieren mecanismos adicionales de control para hacer frente a la nueva información. Cuando los mecanismos de control adicionales en sí son técnicos, aumentan más la oferta de información. Cuando ya la oferta de información no se puede controlar, se presenta una falla general de la tranquilidad psíquica y el propósito social. Sin defensas, la gente no tiene forma de encontrar significado en sus experiencias, pierde su capacidad para recordar, y le es difícil imaginar futuros razonables.

⁷ Postman, Technopoly, 72.

En parte tiene razón. Los mecanismos técnicos de control por sí mismos no pueden manejar la abundancia de información y, de hecho, pueden empeorarla. (Piensen en el fax y luego en la basura que llega por fax.) Pero cuando la tecnología impulsa un fenómeno no podemos darnos el lujo de pasar por alto los medios técnicos para canalizarlo. La tecnología no es más que el conocimiento en acción. Cuando nace, al menos en una sociedad abierta, cambia la situación de una manera inalterable. El mero rechazo no funciona; nunca ha funcionado. Para los periodistas, las nuevas tecnologías de la información ofrecerán enormes posibilidades. También impondrán sus propias restricciones y tendrán sus propios efectos sociales significativos, sin importar la manera en que se desplieguen. La única manera de ponerlas al servicio de la causa de informar a un pueblo soberano y ayudarle a restablecer el interés por las instituciones de elección pública es que los periodistas lleguen a dominarlas.

En términos simplistas, se reduce a lo siguiente: ¿Quién va a controlar a los nuevos medios? Si los reporteros y los directores de los periódicos se alejan, pueden estar seguros de que habrá otros dispuestos a formar el futuro para sus propios fines, los cuales no tendrán necesariamente nada que ver con el mejoramiento de las instituciones del auto gobierno y la libre elección.

Si como periodistas creemos verdaderamente que tenemos la obligación de brindar la información y educación cotidianas que requiere el público para que una sociedad abierta funcione correctamente, ignorar este nuevo medio de llegar a las personas sería un delito, especialmente en vista de que un número creciente de personas está comenzando a utilizar los nuevos medios para informarse. Por otra parte, los periodistas deben reconocer que los nuevos medios técnicos para controlar la información —bien sean sistemas interactivos que ofrecen a las personas más alternativas o software que filtra el correo electrónico— por sí mismos no pueden crear significado. Ese sigue siendo el trabajo de la retórica, la cual siempre comienza con un sentido de propósito.

Tenemos que resistirnos al impulso del cinismo: Las organizaciones noticiosas deben comenzar a ejercer más autocontrol sobre sus más oscuros hábitos de pensamiento. Watergate pudo haber dañado al periodismo más de lo que dañó a la Presidencia. Algunos periodistas forjaron sus reputaciones simplemente mostrando hostilidad hacia el Presidente y sus hombres. Quienes equivocadamente dudaron que la Casa Blanca pudiera hacer tal cosa fueron desacreditados. La lección fue esta: se pueden encontrar grandes beneficios al suponer lo peor —con frecuencia de una manera barata, simplemente asumiendo una posición— y existen grandes riesgos cuando se somete al cinismo a una debida disciplina periodística.

A partir de Watergate, las disputas sobre política y políticas se han transformado rutinariamente en indagatorias criminales. Se ha creado un nuevo mecanismo, el fiscal especial legal, que constituye una invitación para que eso suceda y luego lo convierte en un espectáculo. La investigación acusatoria del Congreso —con todas sus limitaciones y su capacidad para la injusticia— se ha convertido en el método estándar para el cubrimiento de las investigaciones, lo cual solamente fomenta más investigaciones. Las buenas y antiguas discrepancias respecto a la manera de construir o defender una buena sociedad parecen carecer de color cuando se las compara con estas batallas a muerte. Y la implicación es clara: a menos que algo sea penal o inconstitucional, no es malo.

Mediante todo esto, el periodismo se ha convertido en el medio por el cual, al igual que los pueblos de los mitos primitivos, ungimos y luego matamos a nuestros reyes. No son solamente los presidentes quienes reciben este tratamiento. Prácticamente a cualquiera a quien los periodistas ayuden a encumbrar, se puede estar seguro de que tratarán de derribarlo.

Esto ha tenido su precio, especialmente en la disminución del interés por los periódicos. Pero es fácil pasar por alto la conexión, porque cuando una historia es suficientemente 'caliente', realmente vende periódicos. Podríamos pensar, entonces, que si la gente desea esa clase de historia, debemos darle más. Según este razonamiento, sin

embargo, el *Tribune* podría comenzar a colocar fotografías de modelos desnudas en la primera página. Les garantizo que vendería periódicos y luego mataría la franquicia. Llama la atención a costa de la credibilidad, lo cual es como comerse el grano que se debe apartar para semilla. Esta visión reductora del gobierno y la política puede provocar asentimientos de cabeza entre los lectores conocedores, pero únicamente hasta que dejen de leer por quedar convencidos de que todo es un juego amañado en su contra.

No estoy sugiriendo que las organizaciones de noticias abandonen su papel como críticos e investigadores. Todo lo contrario. Necesitan ampliar las áreas en las cuales aceptan este reto. Pero sí creo que necesitan hacer una pausa antes de suponer lo peor, contenerse cuando se hacen las acusaciones hasta desarrollar alguna prueba fidedigna que respalde los cargos. Esto requiere coraje porque los competidores que no reconocen o no aceptan la necesidad de esta disciplina acusarán al periódico cuidadoso de ser timorato o, peor, de tener algún interés venal en proteger al sujeto de la acusación. Y a veces significará que un malhechor quede sin desenmascarar durante algún tiempo. Pero vale la pena correr el riesgo. Hasta que todas las buenas organizaciones de noticias se den cuenta de que lo que están haciendo a la comunidad y se están haciendo a sí mismas al saltar instintivamente a la conclusión maligna, seguirán siendo tanto la causa como la víctima de sus acciones.

Necesitamos ayudar a crear la discusión pública: los periódicos deben comenzar a tomar medidas creativas para revivir la clase de discusión pública que invita a los alienados a participar nuevamente de la conversación. Una firma consultora de Bethesda, Maryland, llamada Grupo Hardwood ha hecho una serie de informes para la fundación Kettering y otros grupos, que dan mucho que pensar, en este mismo sentido. Después de extensas discusiones con pequeños grupos de enfoque formados por estadounidenses de diversas trayectorias, el grupo de Hardwood llegó a la conclusión de que los estadounidenses no se han apartado de la política: se “abstienen de la política” porque el debate político de hoy no los involucra ni siquiera muestra algún

interés particular en ellos.⁸ La intimidad ha desaparecido y las personas ya no se pueden ver reflejadas en los ojos del sistema político.⁹

Algunos periódicos como el *Charlotte Observer* han experimentado con nuevas formas de invitar a las personas a participar de una discusión pública más amplia y satisfactoria, utilizando al periódico como centro de conversación y los resultados aún no son claros.¹⁰ Otros periódicos han buscado formas de involucrar a las personas por lo menos en la toma de decisiones del propio periódico. El *Sun-Sentinel* de Fort Lauderdale, Florida, por ejemplo, tiene un programa de “conocimiento del lector” que invita a la gente a la sala de redacción a intervalos regulares para discutir con los reporteros y los directores sus ideas y reacciones ante el periódico. Al menos en una ocasión, el *Sun-Sentinel* consultó a los lectores cómo debía narrarse una historia antes de publicarla en el periódico.

El emergente medio de información electrónica interactiva ha demostrado el poder que tiene para provocar y facilitar las conversaciones, las discusiones y el debate. El nuevo medio puede ofrecer a los periódicos nuevas y poderosas formas de conectarse con las personas al conectarlas entre sí. Puede ser un medio para ayudar a encender nuevamente la llama de la discusión pública y colocar nuevamente a los periódicos en el centro de dicha discusión.

Necesitamos escribir y editar con criterios de coherencia: una de las cosas más interesantes que descubrió el Grupo Hardwood en su investigación fue el gran apetito de “coherencia” en la forma de presentar la información relacionada con los asuntos públicos. Un informe de 1993 lo describió así:¹¹

⁸ “Citizens and Politics: A View from Main Street America,” preparado para la Fundación Kettering (Dayton, Ohio) por el Grupo Hardwood, 1991, 37.

⁹ Esta frase la sugiere “Educating for the Public Soul,” un discurso pronunciado por Richard C. Hardwood ante la Conferencia sobre el Diario en la Educación, de la American Newspaper Publishers Association Foundation.

¹⁰ Edward D. Miller, “The Charlotte Project: Helping Citizens Take Back Democracy,” *The Poynter Papers*: No. 4 (St. Petersburg, Fla.: The Poynter Institute for Media Studies, 1994).

A veces parece que se presta más atención a la cantidad y la novedad de la información que a su calidad; de hecho, a la gente se la bombardea diariamente con hechos y cifras, revelaciones sobre noticias viejas, declaraciones contradictorias o inconexas respecto a un interés público. A menudo las personas no pueden encontrar sentido en toda esta información —carece de coherencia.

En otras palabras, la gente quiere conocimientos, no solamente hechos o datos. No importa lo que aleguen los escépticos radicales, la gente sigue creyendo apasionadamente en el significado. Quiere la imagen completa, no parte de ella. Y está recelosa de los polémicos que se encuentran en todas partes. Está cansada de las discusiones polarizadas, del modelo del Grupo McLaughling para el discurso público. Quiere escuchar, hablar, ser escuchada, pero también quiere que se le rete a pensar.

Esto nos lleva de regreso a algunas de las ideas discutidas en capítulos anteriores. La aceptación de una cantidad módica de opinión en las noticias ofrece contexto y coherencia y comunica significado. La disciplina de la honestidad intelectual se resiste al tratamiento polémico de los asuntos públicos y sirve de antídoto contra la polarización.

En el *Chicago Tribune* hemos luchado por encontrar una forma sencilla de describir nuestro propósito fundamental. La frase que hemos acuñado es: “Ayudar a la gente a dominar su mundo a través del conocimiento”. En algunos aspectos estas palabras se derivan de una especie de antigua religión de los periódicos, donde se cree que el conocimiento da poder al pueblo. Pero incluso cuando reafirmamos esta antigua verdad, tenemos que reconocer que el futuro de los periódicos es el cambio drástico y no hay marcha atrás. No debemos rendirnos ante la tecnología sino que debemos

¹¹ “Meaningful Chaos: How People Form Relationships with Public Concerns,” un informe preparado por la Fundación Kettering por el Grupo Hardwood, 1993, 44.

moldearla para nuestros fines. los cuales se deben ceñir a los intereses sólidos, decentes y subyacentes del público libre y soberano.

Sin embargo, existen actualmente muchos periodistas que dudan que los periódicos en un contexto comercial y de forma empresarial puedan aspirar a esto. Esta sensación se ha hecho tan generalizada que merece un examen detenido, porque está en el meollo de la cuestión del futuro de los periódicos.