

Algo más

tura y la agenda de largo plazo, hacen hoy que la esfera pública mediática sea un carnaval de máscaras, en el que los actores políticos buscan denodadamente ponerse aquella que pueda seducir al electorado. En muchos casos, este protagonismo está marcado por los propios intereses en juego de los grupos mediáticos. Probablemente a este paso, la credibilidad de la prensa ganada en el período de recuperación democrática y en la lucha contra la corrupción que caracterizó al gobierno menemista, termine erosionándose al confundir los intereses empresarios con la función de informar y entretener.

Días atrás, en una entrevista realizada por Washington Uranga, el investigador chileno Valerio Fuenzalida¹ convocaba a replantearlos el lugar de los medios, reconociendo la importancia y significación que han adquirido en los últimos años. Fuenzalida tiene una visión crítica, pero no demonizadora. Con solvencia y claridad, planteó allí algunos ejes que son fundamentales para pensar a la televisión desde la dimensión de la ciudadanía.

"Yo creo que una mala televisión- dijo Valerio Fuenzalida- es aquella frente a la cual la gente siente que no obtiene 'algo más', aunque la entretenga y le permita evadirse. Y esa expresión 'algo más' es típica de la audiencia. Es el lenguaje que la audiencia emplea para decir 'yo quiero entretenerme, yo quiero reírme, pero yo quiero algo más'. Creo que ese algo más es precisamente el déficit. El problema es que ese 'algo más' tiene que estar en el interior de la risa, del entretenimiento y no de un discurso, ya sea del psicólogo, del sociólogo, del político. Hay algo más cuando la audiencia encuentra programas que la acompañan, la divierten, cuando se siente querida, no reprendida por alguien; cuando al interior de un afecto obtiene visiones nuevas de su propia vida, de cómo mejorar su vida, de cómo mejorar sus relaciones familiares, de cómo tratar problemas que tiene en la familia, de cómo salir adelante. Y esta es otra

Luciano Sanguinetti

La Argentina sufre desde mediados de los noventa un período de convulsión social. La vida pública se ha visto transformada significativamente por la crisis política, que se agravó a partir de la caída del gobierno de la Alianza, seriamente afectado por sus propias negligencias, un contexto económico adverso y falta de direccionalidad política. En esa trama conflictiva, los argentinos vivimos con la sensación permanente de estar al borde de un abismo, caminando por una cornisa, haciendo equilibrio entre el infortunio y el derrumbe. A pocos días de la elección presidencial, ninguna de las ofertas políticas pareciera convencer a las mayorías, y la pérdida de la institucionalidad política y social corroe constantemente cualquier posibilidad de construir un horizonte menos incierto que el presente.

Desde entonces, todo parece estar al arbitrio de una sociedad hipermediatizada que contempla el proceso político como el espectador de una novela. Hace algunos años, Oscar Landi había observado que ante la pérdida de protagonismo y peso político de las instituciones, los medios avanzaban imponiendo sus propias lógicas. La desesperada búsqueda del efecto noticioso, el reduccionismo militante en la presentación de los problemas y los actores, la introducción de fórmulas mágicas para la solución de las demandas y la confusión entre la agenda de coyun-

expresión de la audiencia, 'salir adelante en la vida'. Creo que cuando eso se obtiene al interior de un programa que además proporciona entretenimiento estamos ante una buena televisión. La mala televisión es la que simplemente divierte pero no entrega algo más a juicio de la propia audiencia".

Las palabras de Fuenzalida son elocuentes por su profunda simpleza. Ese "algo más" que pareciera ser lo que las grandes comunidades latinoamericanas le piden a la tele, a los diarios, a los radios. Un algo más que trasciende el mero acto repetitivo de informar, de entretener, de investigar, de difundir, de comunicar. Algo más que implica la toma de conciencia del rol social inevitable de los medios. Por supuesto que ese algo más no puede imponerse, y allí interviene el dominio de lo público, el de la representación de los ciudadanos, el control de calidad de la sociedad civil y de un Estado hecho (por derecho) y pensado por la ciudadanía. Evidentemente hoy, un debate sobre los medios, no con frases hechas sino con propuestas, es imprescindible; los medios públicos y los privados, como lo demuestra el proceso de revisión de sus políticas en materia cultural y comunicacional de la Unión Europea, pero como para no perder tiempo, se puede empezar por lo más cercano, como nos recuerda Fuenzalida. "En América latina la televisión pública es el 20 por ciento de las estaciones de televisión. No es una cifra despreciable. Pero la gestión de este 20 por ciento es tan desastrosa que se transforma, probablemente, en un 1 por ciento en su capacidad efectiva de llegar a la audiencia. Yo me resisto a la idea de que reformemos a los demás, pero no nos reformemos nosotros".

Debates y estudios necesarios como los que presentamos hoy en *Oficios Terrestres*. Como los de Pedro Anguita en referencia a la situación de la libertad de prensa en Chile, el de Damián Loreti sobre los alcances del derecho a informar sobre funcionarios y personas de reconocimiento público, el de Pilar

Coucido González respecto de los alcances del interés público en relación con los documentos en la Unión Europea, el de las Profesoras Mirta Jurío y Emilia Isabel Erquiaga Jaurena acerca del derecho a la intimidad y el de Analía Elíades sobre la historia legal de la radio y la televisión argentina. Después de muchos años en que las palabras control y regulación eran malas palabras, llegó el momento de emprender el tiempo de las políticas.

Notas

¹"La gente hace lecturas profundas de la televisión", reportaje al investigador chileno Valerio Fuenzalida, realizado por Washington Uranga, y publicado en *Página 12*, en marzo de 2003.