



“La investigación periodística y las trabas empresarias para el ejercicio profesional”

Ciudad, Imaginarios Urbanos y Espacio Público

Palabras Claves (3): patrimonio público – investigación periodística - casinos

Resumen:

Como bien ha descripto recientemente Zigmunt Bauman, el problema de la modernidad líquida reside en la paradoja de saber que “cuanta mayor es nuestra libertad individual, menos relevante resulta para el mundo en el que la ponemos en juego” (Bauman, Mundo Consumo, 2009).

El presente trabajo aspira a presentar un caso testigo respecto a las formas que adopta la censura cuando la comunicación depende del interés privado. En este punto, es de destacar el razonamiento que promueve desde hace más de una década Manuel Castells al señalar que “la influencia más determinante que los medios ejercen sobre la política no proviene de lo que se publica sino de lo que no se publica” (Castells, Medios Masivos Individuales, 2007).

Para dar cuenta de estas nuevas formas de censura, la ponencia recorre los laberintos del poder y la puja de intereses que desató en una ciudad de Entre Ríos la decisión gubernamental de impulsar el control del juego (casinos) en manos privadas, enajenando parte del patrimonio público.

Para atravesar ese recorrido, habrá que dar cuenta de la compra de medios de comunicación con fuerte inversión de la pauta oficial y, sobre todo, del rol fundamental que ejerció el periodismo de investigación en el impulso a la resistencia de los ciudadanos ante este avance de intereses privados disfrazados de “interés público”.



La investigación periodística y las trabas empresarias para el ejercicio profesional

Adrián Pino

pinocomunicacion@gmail.com

Como bien ha descripto recientemente Zigmunt Bauman, parte del problema de la modernidad líquida reside en la paradoja de saber que “cuanta mayor es nuestra libertad individual, menos relevante resulta para el mundo en el que la ponemos en juego” (Bauman, Mundo Consumo, 2009).

Y el mundo hiperconectado en el que habitamos hoy, parece recordarnos todo el tiempo que tal paradoja se realiza diariamente, muy a pesar de la “sensación” de libertad de publicar que ha difundido “el marketing de la red”, como lo ha caracterizado con tanta claridad Aníbal Ford (Malestar en la Brecha Digital, 2005).

El auge democratizador que caracterizó los primeros análisis desde el surgimiento y masificación de Internet, ha ido quedando atrás. Lentamente, diversos investigadores han sentado las bases respecto a la necesidad de “desconfiar” de estas propuestas que dejaban en manos de Internet el acceso a cuanta información uno quisiera, como si se tratara de una biblioteca inagotable que todo lo muestra.

No se trata de un cambio menor en el modo de acceder a la información, sino fundamentalmente del diseño de nuevas prácticas sociales y de nuevos mediadores que intervienen en el complejo proceso de “interpretar” y dar sentido a lo real.

Bajo el nuevo entorno tecnológico, monopolizado por internet, es preciso revisar nuestros criterios de acceso a la información en tanto mediadores de los procesos de comunicación y a la vez como destinatarios de esa misma información. En ese punto, se



hace necesario apelar a Aníbal Ford que aporta una respuesta contundente frente al problema: “Si `Lo que no está en Internet no existe´ como a veces dice el despiadado marketing de la red, la conclusión es que mucho de nuestra cultura, de nuestra historia, de nuestra memoria, de los conocimientos sobre nuestros recursos, de aquello que precisamos no sólo para recordar sino para salir de la crisis, ha sido borrado, está siendo o va a ser borrado”. (Ford A., 2004)

Recientemente, la teoría de la “Burbuja de filtros” descrita por Eli Pariser (2011) nos hizo notar claramente que la selección de la información que realizan los motores de búsqueda – muy a pesar nuestro y sin consultarnos – nos limitan a un entorno de “amigos” y de informaciones “afines” a nuestros intereses, que nos dejan fuera del rango de lo visible aquella información que contrasta con nuestra cosmovisión y que, por tanto, podría enriquecer o desafiar nuestro punto de vista.

Este fenómeno ya no sólo se reduce a los medios tradicionales, como el caso que pretendemos exponer a continuación, sino que también se ha instalado en el corazón de los motores de búsqueda de internet bajo el fenómeno que Eli Pariser ha descrito como “la burbuja de filtros”. El investigador explica el mecanismo advirtiendo que “A medida que las empresas de la red se esfuerzan por adaptar sus servicios (incluyendo noticias y resultados de búsqueda) a nuestros gustos personales, surge una consecuencia no deseada peligrosa: quedar atrapados en una “burbuja de filtros” que nos obstaculiza el acceso a esa información que podría desafiar o ampliar nuestra visión del mundo”, ya que sólo nos muestra contenidos afines con nuestros gustos, “postres informativos” en vez de “nutrientes informativos” que alimenten y desafíen nuestras perspectivas del mundo. (Eli Pariser, TED, 2012)

De esta forma, ese “micro-clima” que es capaz de reproducir de forma silenciosa y, en un alto grado, imperceptible, nos aleja de unas de las funciones centrales del



periodismo: acercar pluralidad de voces, puntos de vista disímiles y perspectivas alternativas que nos permitan ampliar nuestra visión del mundo.

De la tecno-censura a la limitación profesional

Este fenómeno, que viene caracterizado por un elevado componente técnico-simbólico propio de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se ve agravado por un entorno de trabajo profesional en el que los periodistas ven cada vez más acotado su margen de libertad.

Por eso Castells advertía sobre las “manipulaciones ocultas” que tienen lugar en este momento histórico de medios concentrados y grandes corporaciones que controlan la difusión de la información.

Sobre el rol de los periodistas en este contexto, Castells señala dos tendencias muy conocidas para los que trabajamos en medios de comunicación en Argentina: “Por una parte –recuerda Castells– el periodismo militante, comprometido, el medio como instrumento ideológico. Durante mucho tiempo se consideró esa característica como una desventaja que hacía perder al medio su calidad de “objetivo”, y por ende sus compradores. Así, los diarios que se presentan como “órganos partidarios” prácticamente desaparecieron o se encuentran en profundas crisis de difusión. Pero las cosas parecen haber cambiado; el militantismo o el compromiso ideológico puede convertirse en un modelo muy rentable. Por ejemplo Fox News, uno de los principales canales de televisión de Estados Unidos (filial de News Corp, que pertenece a Rupert Murdoch), conquistó una parte importante del público conservador estadounidense al sostener, sin la menor preocupación por la objetividad, las tesis neoconservadoras favorables a la invasión de Irak en 2003”. (Castells, Mass Self Media, 2007)



Del caso argentino, podemos agregar innumerables ejemplos de esta acepción del “periodismo militante” que, aunque parezca invento nacional, ya había sido descripta por Manuel Castells hacia mediados de la década de los 90.

Frente a esta práctica profesional, no hay mucho que agregar aunque sí mucho que debatir: ¿Hasta dónde los periodistas militantes ejercen con plenitud su tarea cuando el sesgo ideológico / partidario los limita en la construcción de la agenda y la valoración de los acontecimientos? El debate quedará para otro momento porque no es el foco del presente trabajo.

La segunda tendencia que describe Castells respecto al ejercicio del periodismo “reside en la pérdida de autonomía de los periodistas profesionales en relación con sus empleadores. Allí se juega gran parte del complejo juego de las manipulaciones mediáticas”, resume el autor (Castells, 2007). Se trata, ni más ni menos, del cercenamiento de una libertad elemental para las sociedades democráticas, vinculado a la necesidad del poder de mantener oculta cierta información que puede resultar inconveniente a las corporaciones que controlan los medios de comunicación y sus intereses.

Un caso testigo

Tales afirmaciones pueden resultar lejanas o hasta con poco asidero en un ámbito donde hablamos con plenitud de libertades conquistadas, de derechos ejercidos y nos damos el lujo de abordar ciertos debates de tinte intelectual, como el que compartimos en este encuentro de investigadores.

Sin embargo, es necesario reparar en casos concretos que dan cuenta de las formas específicas que adopta la restricción de las libertades en tiempos de democracia, y de los avatares que deberán atravesar –en especial– las nuevas generaciones de periodistas que hoy se están formando en nuestras universidades.

Para dar cuenta de estas situaciones, en el presente trabajo presentamos un caso testigo (de los tantos que podrían citarse) respecto a las formas que adopta la censura cuando la comunicación depende del interés privado. También acercamos algunas estrategias que deben seguir los comunicadores para tratar de saltar esas barreras en aras de hacer conocer la información de interés público que los poderes de turno pretenden ocultar.

En primer término, es indispensable tener presente como siempre que, con Manuel Castells, “la influencia más determinante que los medios ejercen sobre la política no proviene de lo que se publica sino de lo que no se publica” (Castells, Medios Masivos Individuales, 2007).

Y esta parece ser la lógica que adoptó el grupo de Editorial El Día de la provincia de Entre Ríos tras el fallecimiento de su mentor, Gustavo Carbone y los reacomodamientos político-mediáticos que siguieron tras su reemplazo. Para ese entonces, este grupo periodístico del sur de Entre Ríos había lanzado, hacía cinco años, una versión local de tirada semanal en la ciudad entrerriana de Concepción del Uruguay. Ese nuevo medio gráfico, con un fuerte perfil orientado al periodismo de investigación, había cobrado notoriedad y protagonismo a partir de las denuncias públicas sobre un caso de corrupción que involucraba el intento del Gobierno local por favorecer a un grupo empresario para que instalara un nuevo Casino en la ciudad, a cambio de una serie de inversiones en infraestructura turística.

Las denuncias periodísticas iniciadas en noviembre de 2009 por diario El Día de Concepción del Uruguay fueron sostenidas durante casi tres años de manera ininterrumpida, con información clave respecto de la operatoria que se seguía. El accionar de los periodistas de aquel medio lograron poner bajo la lupa el negociado y despertaron una fuerte reacción ciudadana que combinó la conformación de una



Asamblea permanente de vecinos, marchas, escraches y denuncias penales en contra de los funcionarios y empresarios que participaban de la maniobra.

Siguiendo aquella metáfora del Iceberg que alguna vez inmortalizó Martín Malharro en su texto “El crimen imperfecto”, la investigación periodística permitió dar cuenta de “las fracturas” que contenía la versión oficial, y dejar al descubierto aquellas huellas del “crimen” que pretendieron ser silenciadas por el discurso oficial y el apoyo de los medios satélite.

El poder arremete

Pero como en toda cruzada desigual, el poder de turno arremetía con todas sus armas, desgastando financieramente al medio, negando entrevistas a los periodistas, ocultando documentos oficiales sobre el caso y todas las maniobras por todos conocidas que se ponen en juego en situaciones como ésta.

El tiempo permitió dar cuenta que el caso no era uno más, sino un tubo de ensayo para imitar la experiencia en otras tantas ciudades de la provincia de Entre Ríos, pergeñada por el Gobierno del actual mandatario Sergio Urribarri a partir de la reforma de la Ley de Turismo, que habilita el control del juego en manos privadas, hasta entonces monopolizado por el Estado.

Y cuando la presión aumentaba, y la escala local resultaba insuficiente para frenar los poderosos intereses detrás del proyecto, el equipo de periodistas de El Día ensayó una última barrera: convocar a los medios nacionales para dar cuenta de una situación que superaba el escudo que pudiera significar la movilización ciudadana y las denuncias periodísticas locales.

Así fue que el intento de arremeter por la fuerza para desalojar uno de los edificios que formaban parte del “canje” entre el grupo empresario y el Gobierno local, encontró al



equipo de Telenoche Investiga cubriendo la toma del edificio por parte de los artesanos que defendían el patrimonio público para evitar que sea entregado al grupo empresario. Las repercusiones nacionales volvieron a poner el tema en el centro de la escena, y el medio local recuperó un poco de oxígeno para sostenerse en pie frente a los embates del poder.

Saltar por arriba

Sin embargo, pasó poco tiempo para que el periodismo perdiera la batalla frente a la propiedad de los medios: de buenas a primeras, en marzo de 2013 el grupo de Editorial El Día tomó la decisión que los poderes denunciados no habían podido tomar: cerrar el diario en Concepción del Uruguay.

Por los motivos que fuera, la decisión empresaria no dejó lugar a reclamo alguno, ya que forma parte de las atribuciones de las empresas decidir discontinuar alguno de sus emprendimientos.

El caso no hace más que mostrar la fragilidad en la que se sostienen los emprendimientos periodísticos que dependen de empresarios privados, poseedores de la llave para clausurar cualquier iniciativa que cuesta cerrar, por incómoda y evidente, desde otras expresiones de los poderes de turno.

Para que la desesperanza no sea total, y las nuevas generaciones de estudiantes y periodistas mantengan alguna luz de esperanza, sólo termino diciendo que gran parte de ese grupo de periodistas montó su propio emprendimiento autogestionado y que, a los tumbos y con más esfuerzo que remuneración, el quincenario “La Proclama” se publica cada 15 días dando a conocer aquellos hechos que tantas veces quisieron callar.



Bibliografía

- Aníbal Ford, “Malestar en la Brecha Digital” (2005)
- Aníbal Ford, “Lo que no está en Internet no existe” (2004).
- Eli Pariser “La Burbuja de Filtros” (2011).
- Jesús Martín Barbero, “Procesos de Comunicación y Matrices Culturales” (1998). La Crujía
- Manuel Castells, “Medios Masivos Individuales” (2007). Le Monde Diplomatique
- Martín Malharro, “El crimen imperfecto” (1992), Ed. Fac. Periodismo UNLP.
- Zigmunt Bauman “Mundo Consumo” (2009). FCE.
- Zigmunt Bauman “La sociedad sitiada” (2010). FCE