

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES MÉXICO-ESTADOS UNIDOS

MARIO OJEDA

Los días 19 y 20 de enero de 1987 se llevó a cabo un encuentro entre la Escuela de Altos Estudios Internacionales de la Universidad norteamericana Johns Hopkins (SAIS) y el Centro de Estudios Internacionales de El Colegio de México, para analizar el estado de las relaciones entre México y los Estados Unidos.

En dicha reunión se examinaron cuatro temas específicos: el proceso de la toma de decisiones en materia de política exterior en ambos lados de la frontera; el concepto de seguridad nacional en la política exterior de cada uno de los dos países; el impacto de la deuda externa de México en las relaciones bilaterales, y el papel y la influencia de los medios de comunicación en el proceso de las relaciones.

Por considerar que el último de los temas anotados ha sido poco estudiado como factor de las relaciones entre los dos países y es de interés para el público lector de *Foro Internacional* adentrarse en dicho tema, a continuación se presentan algunas conclusiones que pueden desprenderse de la discusión sobre el papel y la influencia de los medios de comunicación llevada a cabo en dicho encuentro.

Es pertinente señalar que la discusión estuvo influida por acontecimientos recientes, que es importante tener como antecedente para entender cabalmente el porqué del énfasis dado en dicha discusión al lado norteamericano de la cuestión.

Durante el año de 1986 los principales medios de comunicación de los Estados Unidos se dieron a la tarea de publicar y transmitir sistemáticamente noticias, reportajes y artículos de fondo, donde se puso en duda la eficiencia, la moralidad y la sinceridad en materia de cooperación bilateral, del gobierno de México. En suma, dejaron en entredicho su legitimidad para conservar el poder. Esta acción sistemática coincidió con una serie de audiencias celebradas por algunos comités del

Congreso norteamericano en las que se hicieron cargos concretos al gobierno mexicano por mala administración de la economía, la corrupción pública y el fraude electoral.

La coincidencia entre ambas acciones llevó a pensar a muchos observadores políticos —e incluso a varios funcionarios mexicanos— que se trataba en realidad de una campaña orquestada deliberadamente por la administración norteamericana para presionar al gobierno mexicano y no, como otros suponían, de un simple “descubrimiento” de México por parte de los medios de comunicación del país vecino. Esta conclusión se vio reforzada, el 6 de octubre de 1986, al renunciar el vocero oficial del Departamento de Estado por haberse enterado de que la administración norteamericana tenía planes para “plantar” desinformación con la idea de desestabilizar a Kadafi, el líder libio.* Para estos observadores la analogía era obvia. Si en efecto había habido una campaña de desinformación en el caso de Libia, en consecuencia resultaba lógico que también la hubiera habido para el caso de México.

En el trasfondo de la discusión llevada a cabo en el encuentro estuvo presente también, en forma implícita, la pregunta ya clásica: Si en aras de una información veraz y de una libre manifestación de opiniones, los gobiernos deben abstenerse de aplicar censura alguna a los medios de comunicación, ¿ante quién, entonces, son responsables éstos en el ejercicio de su libertad?

He aquí las conclusiones:

1) No se puede concluir en la existencia de una colusión deliberada entre el gobierno de los Estados Unidos y la prensa norteamericana para montar una campaña de desprestigio o de crítica sistemática al gobierno de México.

2) El gobierno de los Estados Unidos no controla los medios norteamericanos de comunicación. Sin embargo, sí ejerce cierta manipulación a través de lo que se presenta como filtración y que en realidad es información falseada. También se recurre al expediente de “plantar” historias distorsionadas.

3) Algunos funcionarios y diplomáticos norteamericanos, con sus frecuentes y poco amigables declaraciones a los medios, han contribuido a la creación de un clima propicio para el surgimiento de reportajes y notas periodísticas de desprestigio para el gobierno mexicano y sus políticas.

4) Si bien no hay pruebas convincentes para hablar de una conspiración deliberada en contra del gobierno de México por parte de los

* *The New York Times*, 22 de octubre de 1986, p. A-3.

medios norteamericanos de comunicación, con la intención de producir efectos desestabilizadores o deslegitimadores, las consecuencias reales, sin embargo, han sido precisamente éstas.

5) Los medios mexicanos de comunicación han contribuido también al deterioro de la atmósfera de las relaciones México-Estados Unidos. Con todo, los medios mexicanos tienen un escaso o nulo impacto en la opinión pública norteamericana, mientras que los medios norteamericanos, en cambio, ejercen una marcada influencia en sectores importantes de la sociedad mexicana.

6) Aparte de estas consideraciones, quedó claro que los medios de comunicación en los Estados Unidos, en México y en el mundo, siguen ciertas prácticas que con frecuencia afectan el proceso de información objetiva del público lector. Algunas de estas prácticas pueden ser superadas, pero otras, aquellas inherentes a la actividad misma del periodismo, parecen difíciles de ser corregidas sin perjuicio de la plena libertad de expresión.

7) Entre los problemas susceptibles de superarse, está el de que los periodistas no evalúen o confirmen la veracidad de las fuentes consultadas. Este problema deriva en parte de que los periodistas trabajan normalmente bajo la presión del tiempo. Sin embargo, en el caso de los reportajes de fondo, esta práctica negativa no tiene excusa.

8) Es también un hecho usual que el periodista, al no tener acceso a fuentes oficiales para confirmar o documentar una noticia, recurra al primer informante que encuentra, sin considerar si éste es o no un vocero fidedigno. Este problema puede ser en parte atribuible al periodista poco escrupuloso, pero también al funcionario público. Muchas veces por negligencia y otras por temor, los funcionarios no conceden entrevistas. En estos casos se crea una especie de vacío informativo, que es llenado por otros informantes.

9) También es común entre los periodistas no dar entrada a opiniones diversas. Esta falla se deja sentir más cuando se trata de asuntos de gran controversia.

10) Existe también la práctica de lo que en el medio norteamericano se conoce como "periodismo de jauría" ("wolf pack journalism"), o sea, la de ir a caza de la noticia en grupo, con el fin de que nadie se adelante a publicarla en forma exclusiva. Esta práctica tiende por lo general a reproducir los vicios de un reportaje y a que los prejuicios de un periodista se extiendan a todos los demás.

11) Se da también la práctica contraria, en la que un periodista, al haberse quedado rezagado respecto de otro u otros colegas, se ve obligado, para mantener un nivel de competencia, a presentar al día siguiente

la misma noticia, pero con algún agregado, producto muchas veces de su propia imaginación o de la entrevista con algún informante poco confiable.

12) Otro uso frecuente, producto también de la competencia, consiste en tratar de adelantarse a la noticia que aún no se ha producido, preguntando al entrevistado sobre posibles consecuencias de hechos recientes. Ésta es una forma clara de “fabricar” noticias por adelantado.

13) En las entrevistas, se advierte también la práctica negativa de interrogar mediante la técnica de inducir las respuestas.

14) Éstas son algunas de las prácticas periodísticas negativas que tienden a distorsionar los hechos. Existen otras, también negativas, pero que son más bien atribuibles a los jefes de redacción de los periódicos y a los conductores de los programas de radio y televisión.

15) Una de ellas es la de seleccionar lo que es noticia. En los Estados Unidos se dice que “lo que no pasa por televisión nunca ha sucedido”. De aquí entonces que acontecimientos importantes nunca sean registrados por la opinión pública. Muchos de los informes enviados por los periodistas, incluyendo a los de los corresponsales, nunca son transmitidos al público; en algunos casos son publicados parcialmente y en otros son relegados a páginas interiores.

16) Un problema más, bastante frecuente, es que los titulares no correspondan al contenido de la nota periodística. Si por otra parte y como es sabido, un gran porcentaje del público se limita a leer únicamente los titulares y subtítulos de las notas periodísticas, esto implica que una cantidad substancial de lectores se quede con una idea distorsionada de la noticia.

17) Finalmente hay dos problemas inherentes a la existencia misma de los periódicos. El primero es que un periódico, para poder subsistir, requiere de una circulación amplia. La amplitud de la circulación está condicionada, a su vez, por el interés del lector por determinada publicación. Un recurso frecuente para atraer el interés y la atención del lector es el presentar las noticias con un carácter sensacionalista o de controversia, con lo cual se distorsiona en alto grado la importancia real del hecho noticioso.

18) Otro problema ligado al anterior es el de la prensa “cortada a la medida”. Esta prensa se siente obligada a decir lo que su público lector espera que diga. Con esto, los prejuicios de la clientela y de la propia publicación se refuerzan de manera circular.

19) Por lo que respecta concretamente a la televisión, se advierten también prácticas negativas adicionales. Una de ellas es contradecir la versión del entrevistado por medio de trasposición de imágenes que apa-

recen en la pantalla mientras éste está hablando. Al no saber el entrevistado de antemano, cómo sus declaraciones van a ser manipuladas, no tiene, en consecuencia, oportunidad de defenderse. Este tipo de mensaje subliminal introducido por el conductor del programa anula la versión del entrevistado en forma por demás efectiva y lo hace quedar en ridículo.

20) Práctica similar a la anterior es el seleccionar frases u oraciones de entrevistas grabadas previamente y a la hora de formar el programa, sacarlas de contexto y confrontarlas con otras entrevistas que contienen versiones contrarias o diferentes. Este recurso de "collage", constituye otra práctica frecuente de parte del formador del programa para enviar mensajes subliminales al público.

21) Una acción negativa más, radica en usar imágenes de archivo sin correspondencia con la noticia reseñada. De tal suerte, la importancia real de la noticia queda deformada por las imágenes, ya sea en sentido de magnificarla o de disminuirla, según sea la intención del director del programa.

Éstas son, en forma resumida, las conclusiones del encuentro. Podría agregarse algo más, algo que no fue específicamente tratado en el encuentro, pero que en el fondo es lo más importante: la influencia política real de los medios de comunicación.

Como es sabido, los medios de comunicación tienen un gran peso dentro de la sociedad norteamericana. En los Estados Unidos se dice, por cierto, que los periódicos influyen fundamentalmente a las élites, mientras que la televisión a las masas. Sea cual fuere la verdad de esta aseveración, lo cierto es que la influencia de los medios en la política norteamericana es también notable. Baste recordar, para comprobarlo, el caso de Watergate, que llevó a la renuncia como presidente de Richard Nixon. Otro más reciente es el del descubrimiento de la venta de armas a Irán, en el que los medios jugaron también un papel prominente. El escándalo que esto suscitó llevó al debilitamiento político del presidente Reagan y produjo un cambio de énfasis en la política de acciones encubiertas y la decisión de sujetar al Consejo de Seguridad Nacional a un mayor control. No obstante lo anterior, los medios norteamericanos parecen tener mayor influencia para modificar o aun vetar políticas en vigor, que para influir en la generación de nuevas iniciativas. Además, su influencia parece no haber sido casi nunca efectiva por sí misma. Para ello ha debido haber coincidencia con amplios sectores del Congreso o con grupos de presión poderosos. Lo que sí es un hecho indiscutible, es que los medios norteamericanos cuentan con una capacidad amplia para influir en las relaciones con países extranjeros.

En cuanto a los medios mexicanos se refiere, aún hoy día parece válida la opinión externada por el embajador Vicente Sánchez Gavito en 1963. Ese año declaró en una entrevista que “la prensa mexicana no afecta nuestra política [exterior], pero condiciona nuestras estrategias”. * Esta aseveración de Sánchez Gavito, sin embargo, aun a pesar de seguir siendo válida para nuestros días, está dejando de serlo. Existe un creciente interés de la opinión pública mexicana por las relaciones externas del país, debido principalmente al problema de la deuda externa y su impacto en la economía nacional, que afecta a cada uno de los mexicanos en lo personal. Este fenómeno está llevando, sin duda, a que la influencia de la opinión pública, a través de los medios de comunicación, sea con el tiempo cada vez mayor en la toma de decisiones en materia de política exterior.

* Citado en Hin-Seak Leng, “The Formation and Administration of Mexican Foreign Policies”, Woodrow Wilson School of Public International Affairs, Summer Project in Mexico, 23 de septiembre de 1963.