

Dragnic, Olga

Los medios de comunicación social en el socialismo del siglo XXI
Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, vol. 13, núm. 2, mayo-agosto,
2007, pp. 192-204
Universidad Central de Venezuela
Caracas, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17721547011>



Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales

ISSN (Versión impresa): 1315-6411

reveciso@faces.ucv.ve

Universidad Central de Venezuela
Venezuela

¿Cómo citar?

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista

Los medios de comunicación social en el socialismo del siglo XXI

Olga Dragnic

Licenciada en Comunicación Social, Universidad de Chile. Profesora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, jubilada. Coordinadora del Curso de Post grado Comunicación Cultural, UCV. Miembro fundador del Observatorio de Medios, capítulo Venezuela. Obras publicadas: La Entrevista de Personalidad, Ediciones de la Facultad de Humanidades, UCV, Diccionario de Comunicación Social, Editorial Panapo. Trabajos publicados en revistas arbitradas nacionales e internacionales. odragnic@cantv.net

Resumen

En este trabajo se analizan las funciones que los medios de comunicación social deberían cumplir en una sociedad socialista. Se señala el abandono de los principios editoriales de los medios privados y la desinformación que ese cambio ocasiona. Se sostiene que en un sistema socialista democrático debe existir pluralidad de medios. Así mismo se señala la necesidad de democratizar el poder mediático, mediante su vinculación orgánica con distintos sectores sociales. Los medios deben proporcionar conocimientos sobre la realidad social y política que los ciudadanos requieren para su inserción, activa y consciente, en las estructuras de participación y de la contraloría social. Se propone la conformación de instancias de control social de los medios, en el marco de la absoluta vigencia de la libertad de expresión y del derecho a la información.

Palabras clave: medios de comunicación, información, socialismo, democracia, participación.

The Social Communication Media in a Twenty First-Century Socialism

Abstract

This article discusses the role the media should fulfill in a socialist society. A first requirement is obviously a radical break with the editorial policies that characterize the private media and the disinformation that goes with it. It is argued that in a democratic socialist system there should be a plurality of media. There is also a need to democratize the media, promoting organic links with different social sectors. The media should provide the knowledge of the political and social reality that the citizen needs in order to play a conscious and active role in political life. At the same time, there should be social control of the media within the context of an absolute respect for the liberty of opinion and the right to be informed.

Key Words: Communication Media, Information, Socialism, Democracy, Participation

La idea, o mejor dicho, las ideas –múltiples, de diferente procedencia– sobre los objetivos y el desarrollo del socialismo Siglo XXI- parecen confluir en un hasta ahora no definido, mucho menos delimitado, marco conceptual en cuanto a su aplicabilidad socio-política, en el cual destaca una genérica señalización de las metas de refundación democrática de las sociedades contemporáneas, a través de una transformación de las estructuras sociales existentes.

En un sentido societario –de clases, grupos hegemónicos, estratos medios, sectores excluidos–, ese nuevo socialismo sería la alternativa al predominante sistema de explotación capitalista, a través de una efectiva justicia social, la cual se expresaría en la conformación de una real igualdad de todos, mediante la participación activa de los sectores populares, es decir, aquellos que en un sistema capitalista no tienen acceso a la toma de decisiones ni son percibidos como iguales.

En el caso venezolano, esa nueva relación de los diferentes estratos sociales y las estructuras de los poderes económicos y financieros, vendría a completar y profundizar, en la esfera de lo político, un tipo de democracia que, en la Constitución de 1999, fue denominada como "participativa y protagónica". Su propia definición implicó una primera ruptura con uno de los más significativos valores de la democracia liberal, de larga y profunda simbolización político-social: al modificar la adjetivación y reemplazar la denominación "representativa" por "participativa y protagónica", se abrió el camino para un replanteamiento de las formas de convivencia social en términos de igualdad real y no solo formal.

Por otra parte, en todos los planteamientos que hasta ahora han surgido en el país en relación con los cambios socio-políticos en el marco del socialismo siglo XXI, la insistencia en el uso de la palabra "democracia" y sus derivados semánticos implica una diferenciación, expresa e intencional, de los regímenes llamados "socialistas" del siglo pasado y de los que actualmente existen.

Esta particularidad en la percepción de un sistema socialista es de primordial importancia cuando se pretende, como en este caso, abordar la función y el sentido de la comunicación social en las estructuras societarias de nuevo signo que implican desarrollar relaciones de poder de carácter participativo y contralor por parte de las mayorías.

La comunicación social es una actividad que genera determinados efectos al diseminar una amplia gama de contenidos que van desde lo meramente evasivo hasta la información y la opinión sobre la actualidad, pasando por distintas gradaciones de estimulación consumista y persuasiones a asumir valores culturales, políticos, estéticos y de comportamiento. Esta pluralidad de mensajes y diversidad de fines de la comunicación social obligan a delimitar el área a considerar. Aunque todos los mensajes que se emiten tienen indudable importancia en la conformación de los valores de una sociedad, vamos a limitarnos en esta oportunidad al análisis de los contenidos periodísticos, dada su relación directa con el tema político planteado.

Los medios y la democracia

En los inicios de la era liberal, uno de los ejes sobre los cuales se aspiraba a cimentar la relación ciudadanos-poderes públicos en las democracias representativas era la prensa, "el verdadero equivalente del Ágora", sostenía John Stuart Mill. Los medios fueron percibidos como instancias fiscalizadoras de la gestión pública, como mediadores entre los poderes y los ciudadanos, en el sentido de articular demandas, descontentos y aspiraciones de los últimos ante las autoridades electas. Al mismo tiempo, se les asignaba el deber de ofrecer una información oportuna e imparcial, como una mediación indispensable para proporcionar a los receptores los conocimientos que posibilitaran su formación democrática y ciudadana. Todas las teorías políticas liberales, desde las clásicas hasta las contemporáneas, reivindican la importancia de la información en la constitución del espacio público.

Para que tal mediación fuera posible, sin interferencias de otros intereses, fue fundamental la consolidación, a mediados del siglo diecinueve, de grupos de medios independientes, debido a que la publicidad pasó a ser la fuente de su sustentación financiera. La llamada doctrina de la objetividad había precisado los términos de esa relación: la publicidad, se estimaba entonces, estaba al margen de los intereses políticos y, en consecuencia, los medios podrían cumplir, sin presiones ni condicionamientos, su función social de informar "objetivamente". Aunque tal independencia nunca fue total ni completa, en cierta medida y durante algún tiempo, la fórmula parecía funcionar. Por su parte, el Estado, como poder político, debía garantizar la libertad de expresión y de información.

La redistribución de los conocimientos, que siempre son un poder, debía aminorar el desequilibrio existente entre los sectores hegemónicos y los estratos menos favorecidos. Se buscaba lograr el equilibrio entre libertad e igualdad. Ésta era la ecuación que estaban llamados a cumplir los medios independientes y los periodistas.

Desde comienzos del siglo XX, el espectro mediático se percibe dividido en dos grandes grupos. Por un lado, los medios voceros de gobiernos, partidos políticos, sectores religiosos o posiciones ideológicas. Por el otro, las empresas con fines de lucro, no adscritas a ninguna instancia política, social o religiosa. Estos medios independientes proclaman su adhesión a los valores democráticos y se comprometen a cumplir un importante papel en la formación ciudadana. Pero las denuncias de diversas procedencias coinciden en señalar que esos medios, a nivel mundial, tienden a abandonar esa función para transformarse en voceros de sectores políticos y financieros, al mismo tiempo que asumen estructuras monopólicas y oligopólicas.

Por otra parte, se afirma que los medios se han transformado, o aspiran a transformarse, en actores políticos, reemplazando a los partidos políticos tradicionales. Sin embargo, los medios independientes siguen proclamando, de forma explícita, su primigenio compromiso social y su autonomía. Por eso, y hasta que no renuncien a ellos, es procedente reclamarles su cumplimiento. Pero algo debe haber cambiado en su rol social para que ese reclamo se haga

cumplimiento. Pero algo debe haber cambiado en su rol social para que ese reclamo se haga cada vez más necesario.

En un estudio realizado por investigadores de la Universidad de Harvard en 2003, se señala la gravedad de esa desviación y se confirma "una creciente desconfianza del ciudadano en la profesión periodística, desconfianza que a veces se convertía en odio" (Kovach y Rosenstiel, 2004, 15). Este cambio en la tradición democrática de los medios en los países desarrollados se debe principalmente a las nuevas estructuras empresariales, a la concentración de capitales y tecnologías en poder de grandes oligopolios, donde los medios son apenas una parte de su engranaje financiero y son utilizados como vehículos a nivel global para difundir los mensajes cuya orientación concuerda con los intereses de los grandes capitales. Son, además, empresas sin fronteras que extienden su dominio a nivel global.

El gobierno de Estados Unidos, por su parte, utiliza ese poder mediático para manipular tanto a la opinión pública de su país como a nivel mundial, sobre todo en relación con sus políticas internacionales, y en la difusión e imposición de la doctrina neoliberal. La distorsión de los tradicionales preceptos que deberían normar la función social de los medios es de tal magnitud que indujo al profesor de filosofía estadounidense Michel Sandel a preguntarse: "¿Es que acaso van acabar con la existencia de la democracia?" (Kovach y Rosenstiel, 2004, 52).

La constatación de los cambios intrínsecos de los medios en una democracia formal hace suponer que el abandono de aquella función que se les había otorgado no es casual ni responde a una decisión arbitraria. Habría que preguntarse si ese cambio no obedece a modificaciones surgidas en el seno de las mismas democracias liberales.

De allí que la reflexión sobre los medios debe orientarse en el mismo sentido que tiene hoy la revisión de las teorías sobre la democracia y su inserción social. Gran parte de las reflexiones actuales en torno a los valores conceptuales y la praxis de la democracia representativa se orientan a indagar la vigencia de un sistema que pareciera haber llegado a su punto de agotamiento.

La definición principal de la democracia se basa en el concepto de "un gobierno del pueblo" que se concretiza a través de las elecciones. Para que el acto de votar tenga sentido democrático, las elecciones deben ser libres. Pero, como señala Giovanni Sartori, la opinión también tiene que ser, en algún aspecto fundamental, libre, porque "las elecciones libres –afirma– con una opinión que no es libre no significan nada. Sostenemos que el pueblo debe ser soberano. Pero un soberano vacío que no tiene nada que decir; sin opiniones propias, es un mero sancionador, alguien que se limita a ratificar algo, un soberano de nada" (Sartori, 1988, 117).

¿Cómo se forma una opinión libre? En períodos electorales prolifera el uso de las técnicas de manipulación propagandística comenzando por los candidatos, partidos políticos y grupos de electores, pasando por los sofisticados recursos de las viejas y nuevas tecnologías mediáticas hasta culminar con encuestas fraudulentas y los mensajes subliminales. Con esos recursos se puede lograr adhesión y ganar votos. Pero ni ese voto es libre ni tiene la esencia de una decisión soberana y consciente. Para la conformación de una opinión libre el camino es más largo que el tiempo de las campañas electorales y se requiere de condiciones propicias para que el raciocinio, y no los estímulos epidérmicos, determine su sentido. Eso implica que, de algún modo, el votante, tanto en tiempos de elecciones como en todo momento en su condición de ciudadano, debe obtener suficientes referencias no manipuladas sobre la realidad pública para poder, libremente y acorde con su escala de valores, conformar una opinión sustentada en el conocimiento y en la reflexión.

Por lo general, al hacer referencia a los valores éticos en los contextos como la democracia y la comunicación social, o en la relación entre ambas, se tiende a percibir su vigencia en sentido restringido: lo que está permitido y lo que está prohibido. Pocas veces se hace derivar y desarrollar esos señalamientos desde su carácter teleológico, basado en determinados objetivos que se aspira a alcanzar con fines altruistas, sintetizados ya en Rousseau como "el bien común".

Los compromisos éticos de los medios y de los comunicadores se basan en la constatación de su responsabilidad social, debido a los efectos que su desempeño produce al interior de una sociedad dada. La responsabilidad, como concepto filosófico, existe cuando el sujeto activo es consciente de las consecuencias que su acción puede generar. El adjetivo "social" extiende

consciente de las consecuencias que su acción puede generar. El adjetivo "social" extiende ese principio a una actividad de dimensiones extra personales.

Al mismo tiempo, y derivado del concepto anterior, a los medios y a los comunicadores se les otorga, y ellos lo asumen explícitamente, una importante función social, de la cual, en una medida considerable, depende la articulación del sistema y el logro de los ideales democráticos. Esta función y sus consecuencias no se limitan a la esfera de lo político, pues también abarca dimensiones tan importantes y diversas como la cultura, la salud mental o la convivencia pacífica de un pueblo.

¿Qué son los medios de comunicación social?

Considerando las características de la llamada sociedad de la información y la importancia que han adquirido las industrias de contenido, la integración industrial que permite la convergencia tecnológica, los variados desarrollos de la televisión y la multimedia, la convergencia de inversiones de capital hacia el sector, entre otros factores, puede afirmarse que este proceso es, a la vez, el proceso de manipulación de la conciencia social y de dominio político. Es decir, la manera de concebir y ejercer la democracia liberal está sufriendo modificaciones de consecuencias imprevisibles para la convivencia de los pueblos.

Tomar conciencia de la gravedad de esos hechos no resulta fácil para el público receptor, sobre todo cuando muchas de esas modificaciones vienen envueltas en un simulacro de gratificaciones instantáneas. Existe, sin duda, descontento y cierta sensación de desamparo y desconfianza frente a la reorientación de los medios, pero se carece de una percepción clara de sus causas y, sobre todo, de lo que pueda hacerse para neutralizar esas desviaciones.

Como afirma Noam Chomsky, para comprender a los medios hay que determinar su estructura institucional interna, cuál es su posición en la sociedad en general y, sobre todo, cómo se relacionan con otros sistemas de poder y de autoridad.

En Venezuela se pueden diferenciar actualmente tres grupos de medios, dos de ellos de tradicional vigencia y el tercero –lo alternativo– que está adquiriendo cada vez mayor importancia social. El primer grupo está constituido por los medios privados, a menudo llamados "independientes", cuyo objetivo originalmente fue el lucro. El segundo sector incluye a los medios que son voceros de determinada tendencia ideológica, política, religiosa. A este grupo pertenecen también los medios que son propiedad del Estado y que tradicionalmente han sido voceros de los gobiernos.

El tercer sector lo conforman los medios alternativos, entre los cuales se incluye a los medios comunitarios, que surgen como expresión de sectores sociales excluidos de la oferta mediática tradicional. Se conceptúan como voceros de comunidades organizadas, laborales, estudiantiles, feministas o culturales. Lo alternativo mediático, en alguna medida, siempre ha existido en las democracias formales. Lo realmente nuevo en el caso venezolano es la creciente importancia de la comunicación comunitaria, como expresión de las necesidades informativas de sectores populares.

Falta un cuarto sector en ese conjunto de medios, el del servicio público, que nunca ha podido implementarse en el país. Se concibe autónomo y libre tanto de las presiones empresariales y publicitarias como de los sectores gubernamentales. Son administrados por grupos organizados de la sociedad civil y su autonomía debe ser garantizada por un sistema de subvenciones provenientes del poder legislativo. Todos esos tipos de medios, y otros con diferentes definiciones y finalidades que puedan surgir, existen en virtud del derecho a la libertad de expresión.

Cada uno de esos grupos, por lo general, asume explícitamente determinada posición en cuanto a sus fines en el interior de un sistema democrático. Sin embargo, cualesquiera que sean sus metas ideológicas o pecuniarias, tienen una responsabilidad social y legal por el sólo hecho de interactuar en una sociedad, cuyos valores culturales y derechos humanos deben ser respetados, más allá de lo meramente informativo.

El problema crítico que se enfrenta actualmente en Venezuela es el cambio de la posición editorial de los medios llamados independientes, cuyo alcance de penetración y su tradicional inserción y credibilidad en determinados estratos sociales siguen existiendo. La desviación de los principios que signaron la acción de los medios privados desde el inicio de los sistemas democráticos formales, representa actualmente un problema de orden legal por cuanto

democráticos formales, representa actualmente un problema de orden legal por cuanto violan el derecho de los usuarios a obtener una información no manipulada, derecho garantizado constitucionalmente. El mismo se deriva del derecho a la libertad de expresión y es, como lo expresó Javier Darío Restrepo, su objetivo y justificación: el derecho a la información, que es el derecho de quien recibe.

La comunicación social en una democracia socialista

Los cambios de los sistemas políticos de los últimos decenios, y específicamente en su interacción con la comunicación social, nos obligan a una reflexión exenta de cualquier tentación dogmática. Percibir la función de la comunicación social para una sociedad socialista contemporánea, tal como fue delineada por Lenin en los primeros decenios del siglo pasado, sería repetir los errores del pasado y desconocer las características específicas de las sociedades actuales, entre ellas la venezolana.

Lenin sostenía que el periódico debía ser un agitador y un organizador social, pertenecer al Estado, partido o sindicato, y no a la empresa privada. Estableció así la primera ruptura del monopolio que la burguesía había ejercido en el área de la información. Pero sus indicaciones iban más lejos. Señalaba que "el periódico debe dar prioridad a aquellos acontecimientos –físicos o espirituales– que contribuyan a resaltar los elementos constructivos en la acción del hombre, pero al mismo tiempo está en la obligación de enfocar los errores y los defectos de las instituciones sociales para criticarlos con severidad y para sugerir las soluciones correspondientes" (en Álvarez, 1978: 79)

En los regímenes del llamado "socialismo real" se implementaron con especial énfasis las primeras recomendaciones de Lenin, pero, después de su muerte, fueron ignoradas las indicaciones relativas a los señalamientos críticos del funcionamiento del régimen socialista. De manera que todos los contenidos periodísticos se conformaron como información dirigida o directamente propagandística. Y así los medios dejaron de ser los intermediarios entre los poderes instituidos y el pueblo. La consecuencia más grave de ese hecho fue la anulación de cualquier posibilidad de rectificación de las decisiones erradas de las autoridades. Al impedirse el acceso de los ciudadanos a la información concreta y cierta sobre la situación general del país se fue construyendo una disfuncionalidad mediática de consecuencias que ya conocemos. El modelo mediático de la Unión Soviética fue implementado en todos los regímenes del socialismo real con muy pocas variantes.

Si bien sería erróneo afirmar que la utilización propagandística de los medios fue la causa principal de la desaparición de los socialismos del siglo pasado, no se puede desconocer que, en gran parte, contribuyó a su fracaso, al ser una expresión fehaciente de la ausencia de estructuras democráticas.

Por el contrario, hoy "no se concibe la izquierda si no es democrática, más aún en un proceso en el cual lo específico es la ampliación y no la restricción de la base social que la sustenta. Esta misma razón fundamenta la necesidad de su pluralidad, y para afirmar sus rasgos, surge como un imperativo categórico la constitución de una nueva identidad" (Kohen, 1990, 62).

El socialismo del siglo XXI, tal como se está perfilando en las declaraciones y en los escritos aparecidos en el país hasta ahora, se proyecta como un sistema democrático, participativo y plural. Con todas las innovaciones que tal definición comporta, habría que plantear, desde las realidades sociales venezolanas, las estructuras de los medios de comunicación social y, desde preceptos de los derechos constitucionales vigentes, establecer los parámetros de su funcionamiento.

Esa sociedad socialista se concibe no solo democrática sino también participativa, con un agregado especial: deben conformarse instancias que permitan realizar una contraloría social a todos los niveles. Ni la participación real y mucho menos una contraloría efectiva pueden darse si los ciudadanos no dispone, de una información veraz, oportuna, plural, no tergiversada, como lo indica el mandato constitucional.

"Una sociedad deliberativa –afirma Tomás Moulian– debe ser una sociedad informada. Por ello, es básico el acceso pluralista a la propiedad y la gestión de los medios de comunicación, para personas, partidos y organizaciones sociales", (Moulian, 2001, 132).

En el marco de esas definiciones generales, sería recomendable elaborar un cuerpo legal que

En el marco de esas definiciones generales, sería recomendable elaborar un cuerpo legal que norme el funcionamiento, las estructuras y los objetivos que debería tener el sistema general de los medios y sus contenidos en una sociedad socialista. Es decir, elaborar un compendio de principios generales en lo que se conoce como "políticas comunicacionales". Los siguientes son algunos de los aspectos a considerar al momento de su elaboración:

--- Una de los objetivos más importantes en la proyección del socialismo venezolano es la democratización y la redistribución de los poderes -legales, culturales, políticos, económicos, sociales- al otorgar a los ciudadanos la posibilidad de asumir el autogobierno a través de la toma de decisiones. En ese proceso de democratización de los poderes, debe incluirse también el llamado "cuarto poder", el de los medios. Esta relación deberá responder a un nuevo perfil, tanto de los medios como de los usuarios, en el cual la responsabilidad ética debe regir la acción y la interrelación de ambos polos. Ese nuevo perfil debe construirse desde la sociedad civil y los sectores populares y, sobre todo de las nuevas formas de transferencia de conocimientos y de la sustentación que se creen entre los medios y los usuarios, estos últimos como activos participantes en la gestión mediática.

--- En la concepción de una sociedad socialista democrática no está excluida la participación de las minorías. Es más, ése es uno de los preceptos que determinan su carácter democrático. Las últimas elecciones presidenciales confirmaron el apoyo mayoritario del pueblo al proyecto de una sociedad socialista. Pero también demostraron que más de cuatro millones de venezolanos no comparten esa propuesta de país. En Venezuela no hay cuatro millones de ricos, lo que implica que muchos de los ciudadanos con ingresos medios, y tal vez escasos, mantienen posiciones contrarias al proyecto socialista. Esa importante minoría tiene derecho a emitir sus opiniones y participar en el juego de las luchas ideológicas y políticas. También a tener los medios de comunicación social que la representen, siempre en el marco de la normativa vigente que regula el funcionamiento y el uso democrático de los medios. Aun cuando se trate de iniciativas privadas con fines de lucro, esas empresas deben asumir una configuración más democrática, implementando instancias que permitan la participación de sectores sociales. Hay antecedentes en la historia reciente del periodismo mundial, donde ese tipo de empresas conforman consejos directivos y comités editoriales con participación de sus propios trabajadores, periodistas y representantes de los usuarios.

--- Se debe conformar un grupo de medios independientes con perfiles similares a los llamados "de servicio público", con autonomía editorial y estructura democrática en cuanto a la toma de decisiones, con la participación de periodistas y trabajadores en general, como también de usuarios. Estos medios pueden operar en el marco tradicional de los medios de servicio público, es decir, con el financiamiento otorgado por el poder legislativo. Sin embargo, sería recomendable que se estructuraran también como empresas o cooperativas con créditos estatales pero de derecho privado y sin fines de lucro. Se conciben como una alternativa profesional al sector mediático privado. Algunos de esos medios podrían solventar las necesidades comunicacionales de los sectores medios de la sociedad venezolana, aquellos ciudadanos que puedan o no apoyar el proyecto socialista del país, pero que en todo caso no se sienten identificados con las posturas ideológicas y comunicacionales de los medios privados.

--- Los medios comunitarios deben transformarse en auténticos voceros de las comunidades y para las comunidades. Esta identificación, además de ser explícita en cuanto a su definición, debe ser corroborada por la inserción del medio en una comunidad determinada. Para ello es necesario establecer instancias que legitimen su carácter de tal, a través de organizaciones de base que se vinculen directamente con cada medio, participen masiva y democráticamente en su estructura y funcionamiento. Los promotores de los medios comunitarios deben crear nexos y formas de transferencia entre ambos polos y definir los modos de sustentación con su respectiva base social. Estos nexos no solo hacen referencia a los contenidos y su orientación, sino también al sistema de financiamiento de los medios comunitarios. La responsabilidad ética abarca ambas dimensiones de la actividad comunicacional.

--- Los medios del Estado, que en Venezuela tradicionalmente han sido voceros de los gobiernos, también deben democratizarse, mediante su transformación en entes comunicacionales del Estado, con consejos directivos y comités editoriales pluralistas e independientes, con representación de usuarios y de profesionales de la comunicación. Deben cumplir con objetivos precisos de proporcionar informaciones, y contenidos en general, relacionados con la marcha de las instituciones públicas. El creciente número de medios en poder del sector estatal, y su uso por parte del gobierno, pueden ser explicados

medios en poder del sector estatal, y su uso por parte del gobierno, pueden ser explicados por la orfandad informativa que se vivió en momentos más álgidos de los enfrentamientos políticos de los últimos años, cuando la mayoría de los medios privados asumieron posiciones propagandísticas y a veces directamente conspirativas. Al articularse y fortalecer los medios de servicio público y los comunitarios, ese predominio del sector privado dejará de existir. En una democracia donde cada sector mediático cumple debidamente con sus obligaciones comunicacionales, el gobierno no necesita disponer de medios propios y sus diferentes instancias pasan a ser sólo fuentes noticiosas.

--- A los ciudadanos les asiste el derecho de recibir una programación mediática de calidad en todos sus componentes. Por esa razón, deben implementarse instancias autónomas e independientes que vigilen su funcionamiento: una contraloría social con participación de usuarios, representantes de organizaciones populares y profesionales del área comunicacional. Esa contraloría debe ser ejercida en virtud de los preceptos legales, y realizada a través de una observación permanente de todos los contenidos, no solo periodísticos. No se trata de establecer centros de censura ni de represalias, sino de instancias abiertas al diálogo, a la discusión y a los acuerdos. Sólo en casos de crasa violación de las normas vigentes o la negativa del medio a rectificar, procedería una sanción. En la conformación de las contralorías sociales de los medios es de primordial importancia la participación de los representantes de las organizaciones gremiales de periodistas, investigadores, profesores y estudiantes de las escuelas de comunicación social y de los intelectuales dedicados al análisis de la cultura y a la creación artística.

---En estas proposiciones no se ignora el hecho de que la comunicación social es el terreno de las luchas ideológicas y que en ese proceso la manipulación y tergiversación suelen estar presentes. Existe la tesis de que en semejante contexto, la comunicación política sólo puede ser efectiva y competitiva si imita las técnicas de la publicidad y las relaciones públicas. La propaganda, la publicidad y la venta de la imagen de líderes políticos, partidos y políticas presupone audiencias manipulables, pasivas, acríticas. Esas técnicas comunicacionales no forman ciudadanos concientes y capaces para una real y efectiva participación democrática. Para contrarrestar la influencia de los medios que adversan los valores socialistas, habría que ir superando las desviaciones en el tratamiento de la información política. Sin duda, eso significaría una importante aportación a la construcción de la democracia participativa, al facilitar y garantizar la formación de la conciencia ciudadana.

--- El derecho a la libertad de expresión, que consagra la Constitución Bolivariana, es consustancial a la democracia. De ella se deriva el derecho a la Información en sus dos acepciones: el derecho de los ciudadanos a recibir de los medios una información de calidad, y el derecho que le asiste a los periodistas a acceder a las fuentes informativas y obtener las referencias que requieren para cumplir con su trabajo. Esto último se refiere específicamente a las fuentes oficiales. En un sistema de socialismo democrático estos postulados no sólo deben mantenerse sino cumplirse a cabalidad para que el derecho a la información sea una realidad, y la participación popular y la contraloría social puedan verificarse y tener efectos concretos en la construcción del socialismo. La vigilancia del cumplimiento de esas garantías constitucionales debe formar parte de los deberes de la contraloría mediática.

Y, como una exhortación a la conciencia y a la vigilancia democráticas, habría que tener presente la advertencia de Rosa Luxemburgo: "Sin elecciones generales, sin una irrestricta libertad de prensa y reunión, sin una lucha de opiniones, la vida muere en toda institución pública, se torna una mera aparición de vida, en la que sólo queda la burocracia como elemento activo ... Se adormece la vida pública, dirigen y gobiernan unos pocos decenas de dirigentes" (Luxemburgo, 1983, 587).

Bibliografía

1. Álvarez, Federico (1978): La información contemporánea, Caracas, Contexto Editores.
2. Kohen, Alberto (1990): Ser de Izquierda en los '90, Buenos Aires, Editorial Contrapunto.
3. Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom (2004): Los elementos del periodismo, Madrid, Ediciones El País.
4. Luxemburgo, Rosa (1983): Escritos políticos, Madrid, Editorial Grijalbo.
5. Moulian, Tomás (2001): Socialismo del siglo XXI, Santiago, Chile, LOM Ediciones.

5. Moulian, Tomás (2001): Socialismo del siglo XXI, Santiago, Chile, LOM Ediciones.
6. Sartori, Giovanni (1988): Teoría de la democracia, Madrid, Alianza Editorial.