

La prensa: el poder y los límites

por Ramón Díaz

Si la nariz de la Srta. Donna Rice hubiese sido un par de centímetros más larga la historia del mundo pudo haber tomado un camino diferente. Pero la mayor o menor belleza de la joven no habría alcanzado a plasmar una encrucijada histórica sin la intervención de la prensa. Más aún: la prensa es en esta historia el verdadero protagonista. Todo indica que fue ella la que transmutó un mero desliz del senador Hart en un episodio de nivel nacional con repercusiones universales. Bien mirado, el papel de la Srta. Rice no parece ir más allá del de un agente catalítico de la gran reacción política que se desencadenó en los EE.UU. La historia registró una vez más la influencia del eterno femenino, pero es improbable que guarde por mucho tiempo el nombre de la titular de los encantos. En la era democrática Cleopatra se ve envuelta por el anonimato.

En cuanto a la prensa, si bien la emergencia le ha dado ocasión de volver a exhibir su notable poder, cabe señalar que no lo ha hecho sin cierta mengua de su imagen. Lo curioso del caso es que el electorado norteamericano afin al Sr. Hart le retiró su apoyo de manera súbita, forzando el retiro del candidato que llevaba una delantera impresionante para la designación del postulante del Partido Demócrata a la presidencia de la Unión, y lo hizo sin duda en base a la información que le suministró la prensa, pero al mismo tiempo la opinión pública de aquel país vio a la prensa como un intruso, indebidamente metido en la vida privada de un ciudadano, infringiendo sus derechos en tal sentido. Parece haber aquí una contradicción: si la información que suministró la prensa fue útil, y útil

al punto de mover a los electores a descartar un candidato, ¿cómo decir que no debió hacer lo necesario para procurarse la información, y luego difundirla? Pienso que la prensa cumplió una función pública, y que es inconsistente reprocharle el haberla desempeñado. Si un país tiene pena de muerte, no puede dejar de tener verdugos, y sus ciudadanos serían inconsistentes si trataran como infamante la profesión de verdugo. Eso sí, hay funciones públicas más y menos agradables de ver ejecutar y en el caso Hart la función pública de la prensa se contó entre las de la segunda categoría.

Pero vayamos un poco más hondo y preguntémosnos acerca de los valores que estaban en juego. Ello nos lleva a inquirir previamente qué es una campaña electoral y cuál es el papel que en ella incumbe a los candidatos. Pensemos concretamente en el Sr. Hart. Este estaba tratando de convencer a los electores demócratas que le eligieran en las primarias para la candidatura presidencial. Y para hacerlo iba de un lugar a otro por todo su país, hablaba en público, conversaba con dirigentes, y se mostraba a través de los medios en todas las facetas de su personalidad que éstos pueden captar. Y solía mostrarse en compañía de su mujer o de su familia. Toda tal actividad apunta hacia la doble función que una campaña electoral debe cumplir. Por un lado debe informar sobre las ideas del candidato. Por otro lado debe informar también sobre la personalidad del candidato. Son dos cosas bien distintas. Algunos piensan que el lado de las ideas es el realmente importante, pero en los hechos es difícil poner en duda que para la gran mayoría del electorado de cualquier país la personalidad es lo que real-

mente cuenta. A tal punto que si las ideas fueran lo que realmente importara, la democracia se volvería un sistema indefendible. La base de la defensa de la democracia tiene que consistir en el buen sentido de la gente común, o sea la misma premisa sobre la que reposa la institución del jurado. Pero no le pidamos peras al olmo. Al jurado no se le pide que resuelva sutiles problemas jurídicos, que siguen siendo siempre de la incumbencia del juez: se le pide que oiga a los testigos y se forme una idea sobre cuáles son los que dicen la verdad, que separe a los confiables de los mentirosos, algo que la vida nos va enseñando a todos a hacer. Con la democracia tiene que ocurrir algo semejante. Es difícil que la gente pueda discernir las ventajas y los inconvenientes de la economía de mercado o de la planificación, del seguro de salud o de la medicina socializada, de la privatización de empresas públicas o de la nacionalización de la banca, del acuerdo de Contadora o del Consenso de Cartagena, etc. Necesariamente, la actitud del elector típico tendrá que ser intuitiva. Oyendo hablar al candidato de cosas que él —el elector— no entiende bien, tiene que formarse una opinión sobre si el candidato las entiende mejor, y una razonada sobre si ellas tienen realmente sentido, que no es una cuestión totalmente distinta de la de decidir si al candidato hay que incluirlo entre los confiables o entre los mentirosos. Si se niega valor a las intuiciones de esa clase no creo que se pueda defender la democracia.

Pues bien, si ese es el caso, se desprende que toda la información sobre el candidato como persona tiene importancia, y en modo alguno sólo la información que él mismo, y su partido, y sus

expertos en estrategia electoral, quieran suministrarle al electorado. La prensa investigativa tiene por tanto en este terreno una función indiscutible que ejercer. Muy particularmente en el contexto de las desmesuradas sociedades actuales, en las cuales el candidato como persona parte de ser un desconocido total para prácticamente la totalidad de los electores. Para Rousseau, si bien por razones distintas, la democracia paradigmática implica una sociedad pequeña, cuyos miembros pudieran caber todos a la vez en la plaza pública. En esa clase de sociedad el **quién es quién como persona** es algo con sabido, cuyo conocimiento puede darse por sentado. En las gigantescas sociedades actuales alguien tiene que acortar las distancias entre el candidato y sus electores, y actuar como una gran lupa que vuelva a aquél visible a éstos.

Si admitimos que éste se cuenta entre los cometidos de la prensa, el próximo paso consiste en inquirir cuáles son los límites que acotan su movilidad en este terreno. No es posible proceder a una demarcación a la vez precisa y rígida, que amojone el territorio lícito sin consideraciones de tiempo y de lugar. El principio fundamental que debe regir la demarcación si es susceptible de enunciarse: la prensa debe satisfacer toda la curiosidad sana de los electores, dirigida hacia hechos y rasgos personales del candidato pertinentes para su evaluación como tal, y debe abstenerse de alimentar el apetito de sensacionalismo y las caídas hacia el **voyeurismo** en que su público pueda incurrir.

En mi opinión, en el caso Hart la conducta del Miami Herald y de la prensa norteamericana en general estuvo dentro de los límites de onto-

lógicos del periodismo. En cierto modo mi argumentación inicial ya ha adelantado las razones de mi conclusión: si la información suministrada por la prensa eliminó al candidato, era señal de que procuraría y difundiría representaba actividad válida. Al mismo tiempo, hay que acotar que en otros lugares el mismo tema investigativo podría haberse situado fuera de fronteras. En el Uruguay, por ejemplo, pienso que unos reporteros espionando a ver con quién pasaba el fin de semana el candidato habrían quedado **off side**. Pero eso tiene que ver con la creencia en que el Sr. Hart en el Uruguay habría perdido muy pocos votos con su romance con la modelo. Por algo el **Mayflower** agarró para el norte y no para el sur.

Hay que precisar sin embargo que la conducta del candidato que fue puesta en entredicho por la prensa no fue solo la relativa a la infracción a sus deberes conyugales. En efecto, muy pronto el centro de la escena fue ocupado por su veracidad o falta de ella. En definitiva el rechazo que los electores norteamericanos dirigieron al Sr. Hart no fue porque recibiera a una mujer en el hogar conyugal, sino en razón de que protestara una inocencia no creíble, y aún de que antes hubiera protestado la futilidad de que la prensa le siguiera los pasos para verificar la leyenda de donjuanismo que se había tejido en derredor a su persona. Y entonces es posible sostener que no es el puritanismo del electorado norteamericano lo que justificó a sus periodistas, sino su firme convicción en cuanto a que no quieren mentirosos en la Casa Blanca. Pensándolo bien, después de todo, tal vez también en el Uruguay se hubiese debido enviar a los reporteros a vigilar la casa del candidato. Aunque no estoy del todo seguro.