

Charla-debate sobre su visión del periodismo institucional en épocas de crisis

Brindada por el sociólogo Heriberto Muraro

12 de septiembre de 2002

"La mayor parte de ustedes son periodistas institucionales, como corresponde a la Asociación de Periodistas Institucionales. En el viaje además me explicaron que se trataba de jerarquizar la profesión, de esta rama del periodismo que, entre nosotros, no tiene una ubicación clara. Generalmente se confunde a los periodistas institucionales con los voceros de un candidato, o con el hombre de prensa, con alguien que esté cumpliendo una función muy específica en una institución. Eso ya indica, a mi juicio, la difícil incorporación de toda la cosa de comunicación. En el seno de los organismos políticos argentinos el hombre de prensa es pensado generalmente como el vocero de una persona, y nunca, como debería corresponder, como el vocero de una institución. Es algo que supone mayor continuidad, mayor experiencia y cierta especialización.

El primer tema que me gustaría destacar, y creo que todos medianamente lo hemos pensado y meditado al respecto, es el problema del papel del periodismo en esta crisis actual. Ustedes saben o por lo menos se imaginarán, que dado el altísimo nivel de descrédito que tiene hoy toda la clase política argentina, el ya deteriorado nivel de prestigio que tienen el resto de las instituciones desde hace tiempo -me refiero al Ejército, a los sindicatos, e incluso a las asociaciones profesionales, ahora le está tocando parte del deterioro a la Iglesia católica- en ese contexto hoy por hoy el periodismo aparece como "el zapatito blanco", por así decirlo.

Los menos criticados por el conjunto del público, los que más confianza reciben en un mundo de extrema desconfianza, y como el prestigio y la confianza es un fenómeno competitivo, en realidad el periodismo ha tendido a beneficiarse de todo esto. Hay un escritor francés, que ustedes seguramente conocerán, que yo tardé 30 años en darme cuenta de que era un hombre y no una mujer, que se llama Dominique Wolton, que escribió un trabajito en el que habla sobre la relación entre políticos, periodistas y ciudadanos. Su teoría básica es que, en general, hay circunstancias en las cuales hay alianzas entre políticos y ciudadanía en contra del periodismo. Ejemplo más claro y notable que ustedes no recordarían porque son terriblemente jóvenes, es el caso del período peronista, donde indudablemente el régimen no tenía una apoyatura de prensa real y la poca que consiguió eran medios que tenían escasa credibilidad, o medios expropiados como La Prensa, que a partir del momento de la expropiación pasó a no tener ninguna credibilidad.

El otro modelo que presenta Wolton es la posibilidad de una alianza más común entre la ciudadanía y los periodistas en contra de los políticos. Esta es una idea básica que él tiene y es el carácter competitivo de la confianza, como si en toda sociedad hubiera un cierto capital de confianza y cuando uno se lo deposita a algunos se les restan del corto plazo -no en el largo plazo- otros, y como si el espacio público fuera un lugar donde las profesiones compiten activamente entre sí para ganar confianza, a expensas de los demás. Es indudable que en la Argentina el periodismo se ha visto muy beneficiado por esta transición democrática. Ha conseguido con mucho éxito salvar sus culpas; ya nadie se acuerda de los que hicieron apología del régimen; Neustadt es un viejito simpático a lo sumo y a nadie se le va a ocurrir criticarlo porque hizo esto o aquello en la época de Malvinas. No solamente pasó por las aguas del Jordán sino que además, en la cabeza de la gente, durante mucho tiempo, ocupó una posición de fiscal que la gente reconoce y acepta. No sé si es mucho más su prestigio, pero sí sé que es más que el del resto que lo rodea.

En buena medida este éxito del periodismo tuvo su éxito en el carácter vetusto y absolutamente ineficaz de los aparatos del Estado, es una cuestión estructural. En Estados Unidos, donde por ejemplo la policía o el Bureau de Investigaciones de vez en cuando cumplen con su función, o por lo menos así aparecen en las películas norteamericanas, y donde la justicia tiene cierta eficacia, es raro que se cometa un crimen y la gente crea más en lo que dice un periodista que está investigando -si bien hay películas al respecto- que lo que dice la policía, a menos que la policía esté en un encubrimiento manifiesto, que también los hay en Estados Unidos y notables -no vamos a idealizar a Estados Unidos, pero en general la pauta común es la de aceptar la versión oficial.

Lo mismo pasa en Europa. En Europa, con la sola excepción de Italia donde la versión oficial, por el mero hecho de ser oficial ya no es creíble, es el estilo que hemos heredado y el cual compartimos. Creo que el secreto es eso, la ineficacia de los aparatos estatales. También la profunda desconfianza que los argentinos tenemos sobre todo lo que son grandes instituciones masivas y empresas privadas. Por ejemplo, durante mucho tiempo yo noté que cuando se corta la luz en un barrio es más frecuente que se llame a la radio y no a la oficina de reclamos de esa compañía eléctrica. Y me acuerdo de haber conversado con un ejecutivo de una empresa de servicios públicos y preguntarle cómo se arreglaban ellos. Se arreglaban de la siguiente manera: contratan una empresa que escucha los reclamos de la radio para pasarlos a la oficina normal de reclamos de la compañía eléctrica. Después el otro elemento fundamental que creo que intervino en esto es que los políticos funcionan muy mal cuando no redistribuyen. Esta es la realidad. Los políticos, bien o mal, tienen un componente populista y cuando es imposible apelar a la redistribución de bienes en beneficio de terceros se quiebra la cadena de prestigio de ellos, su popularidad decrece normalmente. La crisis de la deuda argentina, todas las restricciones presupuestarias que vivimos hasta la actualidad, incluso antes, todo eso ha hecho que en estas condiciones, no pueda funcionar tanto la clase política, y la alianza natural de la gente es con el periodismo.

Estas son cosas que ustedes ya las deben haber pensado, analizado, reflexionado. Pero, y este es un tema muy importante, creo que nosotros -me considero periodista aunque no lo soy en este momento- todos los que ejercemos el periodismo, sobre todo los que están en el área institucional, no tenemos ninguna inmunidad que nos proteja de la crisis que estamos viviendo ahora. Por lo menos en lo que a nuestro oficio corresponde, que somos todos los que hacemos encuestas de opinión y asesoramiento político, ya sabemos que si hoy están afeitando las barbas de los políticos, deberíamos tener las nuestras en remojo. Es indudable que la gente nos odia, y cada vez lo tenemos más en claro. Y lo mismo va a pasar, si no nos cuidamos y no somos bastante respetuosos, en el campo del periodismo, desde todo punto de vista. En las encuestas, en las investigaciones, en los sondeos en profundidad, se nota cada vez más un altísimo nivel de desconfianza hacia cierta forma de periodismo, y la sospecha de que este se ha transformado, de una manera u otra, en un agente de cierto juego de intereses políticos que están metidos ahí adentro.

Esto no es un fenómeno generalizado. El periodismo se ha beneficiado hasta el día de hoy mucho notablemente, del deterioro del resto de las instituciones, pero es necesario advertir que hay circunstancias en que, a diferencia, de cierto juego de cartas, es posible que llegue un momento en el que perdamos todos simultáneamente.

Creo que entonces acá se nos plantea un problema que debería ser una reflexión permanente de la gente del periodismo, y es cómo hacer para evitar que este proceso de deterioro de los órdenes institucionales afecte también al periodismo en esta crisis que estamos viviendo en la Argentina, y algunas reglas elementales que debemos tener para manejarnos y para tratar de retrasar -si es que se puede retrasar- o de evitar absolutamente, una crisis profesional.

Nuestro caso es un buen ejemplo. En el caso de los investigadores en opinión pública, hemos hecho grandes esfuerzos por normalizar nuestra profesión. Uno de ellos es que controlamos bien la calidad

de lo que estamos haciendo. Aclaremos bien a los clientes que no estamos dispuestos a inventar nada, nos chequeamos entre nosotros periódicamente los resultados de nuestra propia encuesta para que no se arme lío con terceros, y aceptamos sólo determinadas metodologías y no otras, porque nos parecen más confiables. Les confieso la verdad, en parte los investigadores en opinión pública nos pusimos de acuerdo casi informalmente porque algunos políticos no nos pagaban, y entonces nos veíamos en la obligación de crear una especie de "lista negra" para presionar todos juntos a la oveja negra. Cobrarle a los políticos no es fácil, porque si pierden, perdieron; pero si ganan son autoridad, y no es fácil pelear con un gobernador, por ejemplo.

El otro problema que también nos ayudó a ponernos de acuerdo fue el absurdo del intento del Parlamento de crear una Ley para regular la publicación de las encuestas. Que además es un absurdo desde el vamos, que se cayó con una sola pregunta, y es "¿Cómo pueden hacer una Ley para prohibir la difusión de información cuando yo puedo publicar en Internet toda la información que me dé la gana, y ustedes no tienen manera de controlarla?" A partir de ahí se cayó toda la estantería parlamentaria, decidieron que eso no tenía sentido y salimos "sobreseídos", por así decirlo, del juicio parlamentario. Y después empezamos seriamente a preocuparnos por la calidad de nuestro trabajo, por los estándares, porque nos damos cuenta de que más allá del hecho de que siempre que hay una elección se da por supuesto que los investigadores de comunicación y los asesores en comunicación, los publicitarios y los encuestadores somos los culpables de todo lo que ha pasado. Hay un título que es convencional después de una elección y ustedes lo habrán visto miles de veces: "Los grandes derrotados: los encuestadores". Siempre somos los chivos expiatorios de las corrientes. Tuvimos que ponernos de acuerdo en crear una serie de reglas elementales de ética profesional para defendernos. Creo que en el campo del periodismo, y por supuesto del periodismo institucional, valdría la pena reflexionar sobre el quehacer, sobre cómo funcionan las cosas, y los requisitos mínimos que podemos cumplir para que no nos escupan el futuro. No es una cosa tan complicada atendiendo la gravedad la crisis actual.

A mi se me ocurren algunas cosas que he vivido en mi experiencia a través de asesorar funcionarios de las gobernaciones y que me gustaría que sirvieran acá para iniciar una conversación entre todos nosotros porque esta no es una clase académica ni yo soy un académico, o soy un académico pero ya me jubilaron, así que estoy librado de ese tipo de cosas.

Creo que lo primero que deberíamos plantearnos es cómo podemos hacer nosotros para preservar las instituciones para las cuales estamos trabajando. Esto no es fácil porque el grueso de nuestros clientes creen que uno es un vocero de el jefe como tal, en calidad de político que quiere hacer carrera. Si uno está trabajando en el Ministerio de Agricultura de la provincia de Neuquén, se da por supuesto que uno es el vocero del político que circunstancialmente es ministro de Agricultura. Nunca del Ministerio de Agricultura de la provincia de Neuquén. Lo cual, en sí mismo ya es un absurdo porque el Ministerio de Agricultura de la provincia de Neuquén o de cualquier provincia es una institución que tiene intereses y representa a ciertas personas frente a otras, y de alguna manera conviene entenderla como tal, como una institución que merece respeto y que merece una defensa sistemática.

Eso no pasa nunca, o pasa muy rara vez. Creo que tenemos que explicarles de vez en cuando, a nuestros propios clientes (digo nuestros porque yo también estoy metido en ese brete) que no somos voceros de una persona sino voceros de una entidad. En mi caso la tarea es más complicada, porque me he visto veces en la obligación de explicarles a algunos de mis candidatos, que soy asesor no meramente de un candidato político, sino que soy asesor de un candidato que pertenece a una institución que es un partido político. Porque aunque parezca monstruoso -y me refiero a los peronistas- con frecuencia se olvidan de que son peronistas como institución. En parte eso está derivado del hecho de que como siempre fuimos un movimiento, y la palabra movimiento sugiere una cosa que no tiene ningún cauce, ninguna organización ni ninguna disciplina -cosa que Perón

jamás hubiese aceptado ni siquiera un segundo y le hubiera roto la cabeza a palos si uno le decía semejante pavada del público- da la impresión de que fuéramos una bolsa de gatos que se autocomplace de ser una bolsa de gatos directamente.

Acá hay una cuestión que es muy paradójica y que como argentino nos sorprende -además de peronistas, porque yo soy peronista, ustedes no tienen por qué serlo, sean lo que se les dé la gana- y es que hoy en día la única institución política de masas que está organizada en la Argentina es el Partido Justicialista. Y nos guste o no nos guste que haya subido Duhalde en un momento dado a la calidad de Presidente de la Nación, la realidad es que frente a una gran crisis de vacío de autoridad, fueron las cámaras peronistas las que tuvieron de alguna manera, que salir a resolver un problema que en cualquier otro lugar del mundo es una catástrofe. No obstante, la adhesión que los candidatos peronistas hoy tienen o manifiestan en público frente a su propio partido como entidad, como organización que tiene sus propias reglas y que mal o bien ha pervivido desde el año 1944-1945 hasta nuestros días, es muy pequeña. Además esto es una cuestión temperamental nuestra. Nosotros no queremos, no respetamos, no nos interesan nuestras propias instituciones. Para los argentinos, las instituciones son por definición corporaciones de conjuras, no instituciones.

Otro elemento importante que yo creo que hace al asunto de nuestro oficio, del oficio del periodista institucional: todos los problemas institucionales son normalmente muy complejos y suponen tomar decisiones que normalmente son muy difíciles de tomar y son aún más difíciles de entender. Esto exige del periodista institucional un nivel de preparación y de inmersión en su tema que es muy superior al periodista que está tratando los temas de autoridad. En realidad, el periodista del Ministerio de Agricultura de la provincia de Neuquén -podemos citar un ejemplo imaginario- tiene que saber mucho sobre el campo, sobre los productores rurales y sobre los intereses agrarios de su provincia, porque si no va a ser un mal periodista, fundamentalmente. He notado que en el trabajo cotidiano, normalmente el dirigente político que hace a las veces en un momento parcial de un ministro de Economía, frecuentemente termina incorporando como vocero a la persona menos autorizada o menos interesada en los problemas de agricultura si es del Ministerio de Agricultura. Entonces realmente se producen unas situaciones muy absurdas, donde yo lo he visto en montones de delegaciones. En países serios como Estados Unidos -y no es que idealice Estados Unidos-, o en países serios como México e incluso como Brasil, eso sería impensable. Cuando hay una delegación que atiende un tema, siempre hay alguien que sirve de vocero pero que tiene suficiente conocimiento técnico como para trasladar esa información a quien en última instancia escriba la gacetilla. Puede ser una persona de confianza del ministro, pero siempre hay un núcleo de gente intermedia. Tienen ustedes una carrera, pero curiosamente es una carrera que tiene que ser especializada, no van a poder ser periodistas institucionales a secas. Los habrá de economía, de agricultura, de política, y yo creo que eso tiene que ponerse en detalle la importancia que tiene como tarea la especialidad y los años de aprendizaje. El caso más notable es el área de finanzas. En economía es muy obvio. La mayor parte de las notas económicas escritas por la gente que no son economistas profesionales puestos a periodistas, o que no son periodistas con larga trayectoria en el campo económico, la mayor parte de las cosas que se escriben tienen errores conceptuales, y de mala interpretación de términos que son notables.

Si nosotros no nos preocupamos por estos detalles es grave. Como por ejemplo, no puede ser que uno diga que la depreciación del peso fue del 90% porque puesto así pareciera ser que en algún momento el peso no va a valer nada y la depreciación va a ser infinita. Están haciendo un coeficiente mal hecho, nada más. Pero si no nos preocupamos por esas cosas básicas, no vamos a ganar prestigio. De hecho, creo que hay que estudiar cosas aún más complejas, porque el grueso de las causas que defienden los periodistas institucionales, y ustedes lo saben mejor que yo, son por definición impopulares. ¿Por qué son impopulares? Porque los políticos no pueden redistribuir y porque supone siempre algún tipo de medida técnica que perjudica a algunos y beneficia a otros. Luego, cuando las partes interesadas y afectadas, sobre todo las perjudicadas, salen a gritar, es

natural que a las explicaciones técnicas resulten sesgadas e inconvenientes. El desafío es poder trasladar ese tipo de problemática, de explicación, que en sí mismo es impopular, por lo menos para algún lobby o algún sector, al conjunto de la población, cosa que no es nada fácil.

Otra regla para iniciar esta charla entre todos nosotros. Creo que en general todos los que trabajamos para funcionarios, para candidatos asesorando en comunicación y ustedes como periodistas institucionales, no solamente debemos explicar a nuestros clientes que somos algo más que voceros de ellos en su carrera política personal, sino también hay que explicarles que no hay ninguna necesidad de triunfar a corto plazo en el próximo fin de semana. La presión por conseguir éxitos inmediatos, o la presión por conseguir una buena nota hoy o mañana es tan tremenda en nuestra tarea, que normalmente todos, desde los asesores de imagen hasta los periodistas terminamos cometiendo errores garrafales y locuras que no tienen nada que ver con la realidad. Es muy difícil convencer a un político de que los éxitos se van cimentando gradualmente a lo largo de un cierto período.

Tengo una fórmula muy interesante: la única manera de que lo vean es haciendo encuestas. Pero si no hacen encuestas y se arreglan con los comentarios de este diario o de aquellos, más la opinión de su chofer y de la hermana de su esposa, normalmente van a exigir éxitos muy inmediatos y muy a corto plazo y después vamos a ver alguna cosa de los éxitos a corto plazo.

Pregunta: ¿Y cómo hacer para hacerles ver eso?

Muraro: Lo mejor es pegarles un cachetazo periódicamente a ellos. Yo utilizo la técnica del "yo te lo dije". Cada tanto cuando los veo meter la pata o a punto de meterla digo "Vas a meter la pata" y me quedo tranquilo. Después cuando meten la pata entonces sutilmente le digo "estuviste para el traste". Lo torturo tanto como pueda, pero yo hago encuestas y les mido la cosa, entonces eso me permite apretarles las orejas. Tengo un respaldo, aunque a veces es más imaginario que real, que son los números. Pero un periodista está más desguarnecido de todo eso por lo general.

Pregunta:no se escucha claramente pero está vinculada con la exigencia de resultados mediáticos por parte de los funcionarios.

Muraro: Si, se exigen resultados mediáticos e inmediatos.

Pregunta: ...ídem anterior pero vinculada a alguna recomendación para acortar la brecha que existe entre los políticos y el entorno que maneja el candidato y la gente.

Muraro: Te diría que no sé que el cómo exactamente, pero sé que si no encontramos algún remedio a ese tipo de cosas.... no sé. Porque no es una cuestión de elección. Creo que la crisis es tan profunda que vamos a tener que encontrar alguna manera de que la política sea diferente.

Quiero terminar con un par de cositas. A mi juicio el periodista o el asesor de comunicación tiene que tener permanentemente en claro que los políticos son idealistas. Un político es un tipo que cree que firmando un decreto eso se cumple. Después, en los hechos, la instrumentación de eso, su transmisión a la gente no existe. Digo que son idealistas porque ellos creen que la palabra tiene una función de construcción instantánea del objeto. Los políticos viven inventando mundo imaginarios donde todo se va a resolver. Como el intendente o jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que ahora para resolver el problema de los cartoneros ha establecido que tenemos que clasificar la basura en dos bolsas diferentes. Lo que el intendente nunca vio es un tacho de basura de un porteño. Porque el grueso de las bolsas, ahora con la crisis, son bolsas de supermercado. Pero ese idealismo característico está en la cabeza de este hombre, de este político. Siempre que tengan un proyecto periodístico como periodistas institucionales no le crean a su jefe. Todo lo que dice es falso. Porque

además se lo contó un subjefe que es otro empleado que tampoco tiene la más pálida idea de cómo funciona la administración pública. Y si lo sabe está mintiendo interesadamente. Ustedes tienen que descender todas las mañanas a los intestinos de los monstruos para averiguar si ese padrón existe, si el listado es verdad, si las cajas llegaron. Porque cuando las cajas no lleguen y el padrón esté mal confeccionado, los chivos expiatorios son ustedes.

Cuando yo asesoraba más activamente la emisión de mensajes de la gobernación de Córdoba me decidí a adoptar el método Filadelfia. ¿Ustedes vieron la película Filadelfia? El verdadero protagonista para mí, que es el abogado negro, gana el juicio con una sola estrategia, cada vez que lo empiezan a volver loco con explicaciones eruditas, él dice: "explíquemelo a mí como si yo fuera un niño de 6 años". Entonces yo aplicaba ese método. Y descubría unos baches tremendos, que eran pozos negros donde yo sabía que ahí iba a estallar el conflicto. Tenemos 10.000 familias beneficiarias censadas. Uno abría el padrón de las familias censadas y a simple vista estaba lleno de errores.

Entonces la primera capacidad que debemos tener todos los que estamos en este oficio es que cuando el emperador está desnudo nosotros tenemos que verlo en bolas, así de sencillo. Cosa que no es fácil en los ambientes políticos, porque en estos ambientes lo primero que sucede cuando uno acepta un cargo electivo es que pierde el sentido común instantáneamente. Siempre digo que los dos granaderos que están en la puerta de Balcarce 50 están para hacerse cargo del sentido común de los presidentes cuando son electos. Eso es lo que custodian los dos muchachos altos. Porque además entre las paranoias y las explicaciones falsas, son notables. Son otro detalle que hace a esto. Los programas y los convenios. Los políticos siempre están soñando con firmar convenios rutilantes, aunque más no sea con Dios, para prohibir la mortalidad infantil, o llevar adelante un programa que lo va a cambiar todo. Una de las cosas que tenemos que hacer, como comunicadores de políticos, es explicarles que en su calidad de funcionarios públicos, las escuelas tienen que impartir instrucción. No es necesario que tengan programas de computación avanzada de la geometría no lineal. Es imprescindible que todas las mañanas los chicos vayan a primer grado y esté la maestra de primer grado para atenderlos. El sueño de los grandes programas, con costos inmensos, con iniciativas increíbles, es el sueño del político, que también pertenece al campo del idealismo.

¿Por qué se cambia tanto la currícula de los establecimientos educacionales? Porque es fácil imaginar que uno deja de enseñar álgebra para pasar a enseñar geometría analítica por ejemplo.

Todo eso es simbólico. Pero cuando uno va a los hechos y se disfraza de chico de 6 años y pregunta ahí se arma un lío.

Y la última recomendación, la más sencilla: a mi juicio, si queremos dormir con los ojos cerrados, y en medio de esta crisis tener un mínimo de tranquilidad ética de nosotros con nosotros mismos, lo menos que podemos hacer cuando somos asesores en comunicación o periodistas institucionales y alguien nos pide hacer algo, es, aunque sea tibiamente (no agarrándose a tortas con su propio patrón porque todos comemos) defender el punto de vista de la gente. Y las trampas ideológicas que hay en todos lados para que uno no piense desde la óptica de la gente, es fantástico. La última anécdota que tengo es de un hombre de Finanzas de la provincia de Córdoba, convencido de que crear un 1% de descuento al monto de los deudores del inmobiliario a las personas que quieras pagar con tarjeta de débito era un anuncio extraordinario. Yo le dije "¿Tarjeta de débito? ¿Pago automático? ¿Pero vos estás borracho?". Y él estaba plenamente convencido de lo que decía.

Y la última cosa que les recomiendo, pero ya paternalmente, es que traten de conservar uno de los bienes más escasos que hay en la administración pública: el primero es la curiosidad, y el segundo es el sentido común. Les pido que los conserven.

Pregunta: Fue consultado sobre su visión con relación a la relación funcionarios-voceros-jefes de prensa.

Muraro: Mi experiencia actual es que a veces el vocero de prensa es el último de los cuerdos que queda en los ambientes políticos. Porque como conversa con los periodistas y lee los diarios todas las mañanas, tiene una mayor sensibilidad que los funcionarios técnicos de las gobernaciones, por ejemplo. Es el único con el cual uno se puede ir a tomar un café y hablar la verdad. Las mayores críticas a los proyectos locos de un político yo las vi de periodistas, no de técnicos, no de economistas, no de la parte técnica. En contra de todo lo que puede suceder y de lo que cualquiera podría suponer, que los técnicos justamente por el hecho de ser técnicos van a ser más rígidos con las locuras de los políticos, es al revés. Son los periodistas los que le dicen que desde la óptica de la gente eso es una chifladura. Los técnicos son medio extraños porque son todos "monos con navaja". Si uno le dice a un economista que la mejor manera de resolver el problema de la pobreza en la Argentina es prenderles fuego, por lo menos lo piensan y piden los costos de la incineración. Entonces la defensa del pobre para que no lo quemen, normalmente la hacen mejor los periodistas que los técnicos.

Pregunta: Referida a su preferencia de los periodistas institucionales.

Muraro: A mi me gusta más un periodista que tenga aprendizaje en el área de agricultura estando ahí, y no un ingeniero agrónomo que se ponga a periodista."

En el área económica en la actualidad es muy difícil que un periodista no tenga algún tipo de formación económica e inquietud económica. Y cada vez más hay periodistas que son economistas, porque es un área técnica. En el área de finanzas vos no te podés meter si no tenés una formación seria; no necesariamente tenés que haber sido banquero, porque si sos banquero mejor no trabajes de periodista, ni experto en finanzas, pero sí tenés que tener una formación básica en finanzas, esto es indudable. Creo que con el tiempo, las instituciones van a tener en claro que van a necesitar periodistas que no pueden pasar de un territorio al otro. Por ejemplo, las ONGs hoy, periodistas que se dedican a la defensa a las entidades de bien público, tienen que tener un alto nivel de especialización en una cosa que no es fácil de manejar, y además si encima le toca, por desgracia, que esa entidad que está defendiendo es una entidad que recauda fondos para el SIDA, él o ella tienen que saber bastante sobre la enfermedad, sus repercusiones y de la legislación al respecto.

Pregunta: referida a los medios.

Creo que, primero el modelo de la transnacionalización de los medios no se cumplió. Hoy no podemos describir a los medios todavía como si fueran dependientes puntualmente de los intereses de Norteamérica, o de Inglaterra o cosa por el estilo. Creo que los medios son todos neoliberales porque el neoliberalismo es el lenguaje de nuestra época, fundamentalmente. Hay un dominio ideológico en ese aspecto. No hay más que verlo en una cosa obvia: ¿cuántos de los que se atrevieron a criticar a Cavallo tuvieron prensa? Muy poquitos. Los Lezcano, los Conesa, estuvieron marginalizados de la prensa durante mucho tiempo porque además ellos en su territorio se atrevían a decir algo que ahora nos parece obvio pero que en su momento era imposible decir y es que la convertibilidad no podía durar. Decían algo muy sencillo: no podemos seguir endeudándonos indefinidamente. Eso es lo que decían y no se necesita ser un genio. Eso es un aspecto, pero creo que nosotros internamente con el periodismo cada vez estamos más comercializados y que los problemas de corrupción existen entre nosotros, esto es indudable. Y que los problemas de corrupción están muy ligados a lo político. No es la película norteamericana clásica del periodista que oculta que los choripanes son tóxicos.

Pregunta: Planteaste el tema de las investigaciones de opinión respecto del acuerdo que lograron entre las más importantes. Sin embargo hoy cuando se conocen las encuestas, la gente desconfía. Cuando aparece Kirchner más arriba la gente dice "la pagó Kirchner", o la pagó de la Sota o la pagó quién fuera. ¿Hay un grupo de encuestadoras que están al margen de la agrupación de ustedes que tira cifras?

Muraro: No. Hay un grupo de encuestadores que hacen cualquier cosa y hay algunos candidatos que publican encuestas que no sé a quién corresponden. Pero en general la desconfianza de la gente proviene de que hicimos muchos desaguados durante mucho tiempo. Esta es la verdad. Y esa desconfianza va a durar. La confianza es muy difícil de ganar. La desconfianza estalla instantáneamente y después levantarse de eso es imposible.

Tuvimos que ponernos de acuerdo, hablar, chequearnos, porque llegó un momento que era un escándalo. El código de ética no es importante porque siempre estuvo, lo importante es que tenemos un acuerdo entre todos en torno de lo que son reglas de procedimiento.

Pregunta: El tema de la confianza y cómo se maneja.

En el largo plazo lo podés agrandar. Por ejemplo en Estados Unidos o en los países avanzados o en países que funcionan más o menos bien, vos ves que la confianza en los jueces incrementa la confianza en los periodistas, compiten entre sí, pero compiten por un producto bruto interno más grande, por así decirlo. Acá como estamos en crisis, ya quedan pocas monedas en el fondo de la lata y la lucha es de la rapiña por lo que queda de la confianza.

La Argentina tiene hoy un problema de credibilidad grave, pero al corto plazo tiene un problema económico monstruoso. Entonces la gente va a recuperar la confianza cuando haya empleo. Después podemos entrar a discutir de las cuestiones culturales, de la renovación ética y demás. Pero en ese aspecto yo soy muy pragmático, creo que la gente demanda comer por lo menos tres veces por día. Y hasta que eso no quede resuelto, cualquier conversación sobre la cultura es subsidiaria.

Muraro, Heriberto, "Charla-debate sobre su visión del periodismo institucional en épocas de crisis", brindada en la Asociación Periodistas Institucionales, 12 de septiembre de 2002, disponible en <http://www.apibonaerense.com.ar>.