

Un medio alternativo en Estados Unidos

por Danielle Follett y Thomas Boothe*

Democracy Now, voz de la izquierda

El 3 de enero en el Estado de Iowa y cinco días más tarde en New Hampshire los electores estadounidenses darán comienzo a la carrera a la Casa Blanca. Aunque estos dos Estados sean poco representativos de la pobla-

ción, su decisión crea un efecto bola de nieve que se amplifica a través de los medios. Una emisión de radio pretende resistir a este bombardeo y a algunos otros a través de debates dignos y entrevistas incisivas.

“Nuestra región es muy conservadora, los republicanos dominan la vida política y la radio; sólo escuchamos a gente de derechas o a evangelistas. Aquí, la pequeña minoría que no es republicana se siente tan marginada que está dispuesta a defender, cueste lo que cueste, este exiguo espacio que nos pertenece a nosotros, los progresistas.”

Joseph Fitsanakis, responsable del programa de radio *Democracy Now* en Tri-Cities, Estado de Washington.

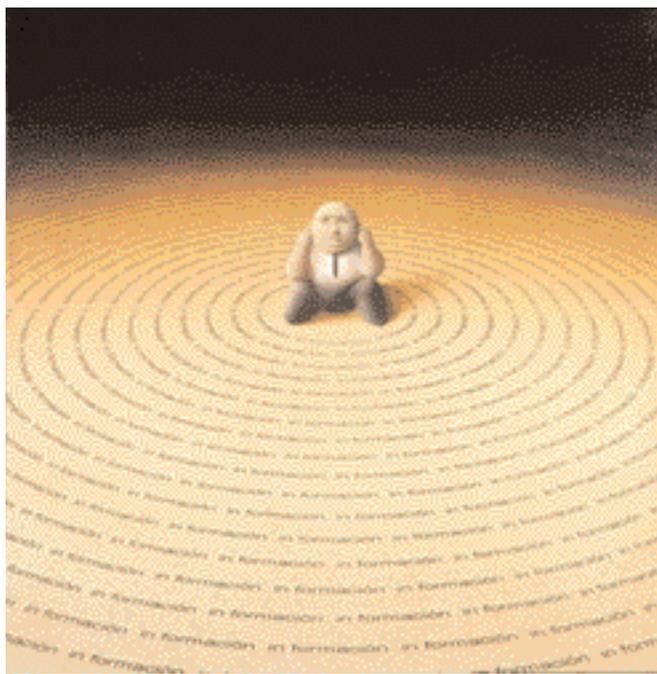
Hace dos años, en una pequeña comunidad rural del noreste de Tennessee, un pequeño grupo de militantes reunido a partir de una simple petición firmada por setenta personas logró convencer a la radio local de que difundiera *Democracy Now*, un programa de información progresista que rompía con las emisiones difundidas por las radios privadas. Sin embargo, este remoto rincón de los Apalaches no parecía ser el lugar ideal para este tipo de iniciativa. Minera y agrícola, la región vota en masa a los republicanos (75% en la última elección presidencial). Joseph Fitsanakis recuerda que “aquí, hace treinta años, las únicas actividades políticas toleradas eran las del Ku Klux Klan” (1).

Fitsanakis y otros militantes crearon recientemente *Democracy Now Tri-Cities* (DNTC), una asociación destinada a defender su difusión desde 2005. Este programa está amenazado desde que la emisora de radio local WETS, que vive principalmente de las donaciones de los oyentes, recibe llamadas que reclaman su retirada de las ondas. La zona de difusión de WETS es muy conservadora, militar allí significa, a veces, arriesgarse a sufrir agresiones físicas (disparos en las ventanas, perros envenenados, etc.). “Los sindicalistas de la región que lucharon en la industria minera tendrían muchas historias similares que contar”, señala Fitsanakis. El programa también molesta en otras partes: el pasado 13 de agosto, una pelota de béisbol atravesó la ventana de la estación de radio que difundía *Democracy Now* en Houston (Texas) y casi impacta en el presentador.

Punto de vista progresista

Sin embargo, el éxito de *Democracy Now* constituye su mejor defensa. Según Wayne Winkler, director de WETS, las reacciones de los oyentes son “extremadamente alentadoras, los comentarios positivos son muchos más que los críticos. Aumentan sin cesar los oyentes que nos mantienen financieramente”. También aumentan propuestas de trabajo voluntario.

Creado por Amy Goodman y Pacifica Radio en 1996, *Democracy Now* devino rápidamente el programa de radio más escuchado de la emisora. En 1999, los disensos internos amenazaron con poner fin a



SEBASTIÁN PICKER, *Información*, 2005

la aventura (2). En cuanto las cosas se solucionaron, en 2002, Goodman y sus colaboradores prefirieron independizarse para garantizar su autonomía. Las dos organizaciones mantienen lazos estrechos ya que Pacifica continúa difundiendo el programa.

En promedio, dos nuevas estaciones de radio o de televisión suman cada semana a *Democracy Now* a sus grillas de programación. La red de difusión comprende en la actualidad a radios universitarias, cooperativas, la radio pública nacional NPR, cadenas de televisión por cable o satelitales; sin olvidar internet, donde el programa se difunde en formato de video, audio y texto. Cuando *Democracy Now* fue creada sólo se reproducía en 30 estaciones; hoy son 700. Una sección, traducida al español, se difunde en varias decenas de radios hispanoparlantes en Estados Unidos y América Latina.

Este éxito sugiere que una fracción para nada despreciable de la población estadounidense desea escuchar un punto de vista progresista sobre la actualidad, basado en un periodismo crítico y debates dignos. Como los programas informativos de los grandes medios, la emisión recapitula los sucesos de la jornada. Pero lejos de servir como fonograma de la comunicación gubernamental, analiza en profundidad las declaraciones y decisiones de las autoridades de turno, demócratas o republicanos. Amy Goodman, productora y conductora estrella de *Democracy Now*, gusta de recordar las palabras de un gran periodista de investigación, Isidoro Feinstein Stone, a sus estudiantes: “Si sólo tuvieran que recordar tres palabras, que sean éstas: ‘los gobiernos mienten’”.

Periodismo crítico

La heterogeneidad de la red que difunde el programa garantiza su independencia, porque, como sugiere Bill Moyers, uno de los pocos periodistas de izquierda que trabajan en la televisión estadounidense, “*Democracy Now* evitó así convertirse en

una institución” (3). A diferencia de muchos medios de comunicación independientes, esta “red” no tiene nada de virtual y existe mucho más allá de internet. El especialista en medios de comunicación Robert McChesney considera que “lo que distingue a *Democracy Now* es la propia amplitud de su éxito. Confinada a un puñado de estaciones hace diez años, en la actualidad el programa interesa a un vasto público y dispone de un buen sistema de difusión”.

Pero a pesar de todo, *Democracy Now* sigue al margen del sistema mediático estadounidense. En un universo periodístico que alardea —a menudo de manera abusiva— de profesionalismo y neutralidad política, la emisión es constantemente cuestionada porque se le imputa tomar partido. No obstante, ¿quién puede enorgullecerse como ella de tratar la actualidad sin fines de lucro, sin vínculo con un partido y sin recursos provenientes de la publicidad, de patrocinios de empresas o de fondos públicos? Los ingresos del programa proceden sólo de donaciones (oyentes y asociaciones); de derechos pagados por los difusores y de la comercialización de DVD y camisetas. Antes de establecerse en el noreste de Tennessee, Fitsanakis trabajó con militantes que operaban para que la emisión se difundiese en Nashville, capital del Estado. Recuerda: “Lanzamos una petición que reunió entre 3.000 y 4.000 firmas. La estación solicitada nos respondió entonces que el número, aunque significativo, carecía de toda importancia. A sus ojos, el programa era demasiado partidario para la región, punto final”.

Para apreciar este tipo de acusación, hay que tener en cuenta el fenómeno de concentración que desde hace veinte años se produce en los medios estadounidenses. Y también las enormes sumas que algunos de los conglomerados propietarios de la casi totalidad del sector dedican al *lobby* de los funcionarios electos. Ese dominio no les impide querer siempre más y esforzarse para con-

vencer a los responsables gubernamentales de seguir modificando las normativas a su favor. Como señala Eric Klinenberg, profesor de Sociología en la Universidad de Nueva York, este fenómeno se inició durante los años '90, gracias a las leyes que se votaron en la presidencia de William Clinton (1993-2001). En esa época “el gobierno no desreguló el mercado, sino más bien lo ‘re-reguló’ para permitir que las compañías privadas adquirieran cada vez más cadenas, diarios y estaciones” (4). Por ejemplo, la ley de 1996 tuvo repercusiones especialmente severas para la diversidad radiofónica: autorizó a una única sociedad a ser propietaria de ocho estaciones en una localidad (5).

Aun siendo responsables de la uniformidad de las líneas editoriales y de las reducciones de personal en las redacciones, los oligopolios de la información tratan de preservar una ilusión de neutralidad en sus programaciones... con lo que acusar a los medios de comunicación independientes de “tomar partido” constituye un buen medio para lograrlo. McChesney considera que la acusación es muestra de “propaganda caracterizada: *Democracy Now* está tan preocupada por respetar los hechos, quizás más, como los medios de comunicación que pertenecen a intereses privados. Pero en ese país el periodismo político perdió todo sentido crítico frente a los intereses dominantes. *Democracy Now* juzga con la misma desconfianza a todos los que detentan el poder, sean republicanos o demócratas”.

El éxito del programa debe mucho a las carencias de una información demasiado respetuosa. Según Amy Goodman, su directora, los grandes medios de comunicación “convocan siempre a los mismos pretendidos expertos que no saben nada sobre todo. Sin embargo, una de las reglas básicas del periodismo es interesarse por la gente que sufre las consecuencias de las opciones políticas que se le imponen al país” (6). El incumplimiento sistemático de esta regla habría creado “una impresionante sed de cambio”.

Dotado con medios muy inferiores a los de sus competidores, *Democracy Now* no puede financiar grandes investigaciones ni esperar confidencias de las altas fuentes. Los presentadores de los informativos radiales reciben un pago unas cinco veces más alto que Goodman; los de las cadenas de televisión comerciales ganan cien veces su salario. En 2005, Goodman recibió 59.000 dólares, su homólogo de NPR, 300.000, y los conductores de los grandes medios privados (NBC, CNN, etc.), de 4 a 15 millones de dólares. Entre los veinticinco participantes permanentes del equipo, la mayoría son periodistas experimentados. Pero el trabajo cotidiano que les impone la preparación de un diario de calidad les impide realizar investigaciones de terreno. Por lo tanto, la fuerza del programa reside más bien en la elección de los invitados y en un análisis de la actualidad que refleja una jerarquía distinta a la de los grandes medios. Sus productores se basan en fuentes accesibles a todos, en particular en internet. La masa de información disponible les permite elegir temas y enfoques que casi nunca se encuen-

*RESPECTIVAMENTE PROFESORA-INVESTIGADORA DEL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE PAÍSES ANGLÓFONOS DE LA UNIVERSIDAD DE PARÍS-VIII, Y CINEASTA-FOTÓGRAFO. LOS AUTORES AGRADECEN LA COLABORACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN A DAVID RAMM. Traducción: Teresa Garufi

tran en otra parte, pero que hacen que su trabajo editorial sea aún más decisivo.

Muy apreciados tanto en Estados Unidos como en América Latina, los diez a quince minutos que abren el informativo resumiendo las noticias del día son obra de una única persona, equipada de una computadora portátil. *Democracy Now* está abonado a las agencias de prensa, pero también extrae material del vivero constituido por decenas de sitios internet de actualidad, organizaciones no gubernamentales y *blogs*, en su mayoría anglófonos. De los quince temas resumidos al principio de la emisión, alrededor de tres o cuatro no son mencionados por ninguno de los grandes medios de comunicación. Y las noticias que se tratan en otra parte se abordan en general desde una óptica radicalmente diferente.

Así pues, el día de la muerte de Gerald Ford (26-12-06), la prensa estadounidense hizo del ex Presidente republicano (agosto de 1974-enero de 1977) el héroe que, después del escándalo del Watergate y de la dimisión de Richard Nixon, supo "reconciliar a la nación con ella misma". *Democracy Now* no dudó en recordar que este presunto héroe (y su secretario de Estado Henry Kissinger) había desempeñado un papel determinante en las masacres en Timor Oriental: en 1975 "fue Ford quien autorizó al general Suharto, el dictador indonesio, a invadir esa mitad de la isla", señaló.

En las entrevistas realizadas en estudio, los presentadores ahorran a los oyentes las humoradas tan comunes en los medios de comunicación privados, que no saben qué broma inventar para amenizar las noticias. Dejan que sus invitados se expresen sin interrumpirlos. El programa recibe a periodistas de investigación, ciudadanos comunes, intelectuales, funcionarios electos, militantes, artistas comprometidos, representantes de organizaciones no gubernamentales. Incluso cuando se trata de personajes conocidos, la mayoría de los que pueden ser escuchados en *Democracy Now* no son invitados con frecuencia por los grandes medios de comunicación. Evo Morales, Noam Chomsky, Naomi Klein, Ralph Nader, Robert Fisk, Hugo Chávez y Arundhati Roy participaron en el programa, así como Edward Said (fallecido en 2003).

La lista de estos nombres indica que el programa busca favorecer la expresión de una sensibilidad progresista ampliamente ausente de las ondas. Pero *Democracy Now* no pretende convertirse en la cámara de resonancia de la izquierda estadounidense. Si bien los representantes del poder o las grandes empresas rechazan por lo general la invitación que se les hace, el ex presidente (republicano) de la Reserva Federal Alan Greenspan aceptó debatir con Naomi Klein, la autora altermundialista de *No Logo* (7).

En noviembre de 2000, día de la elección presidencial, el presidente Clinton se invitó a la radio, por teléfono, con la esperanza de convencer a los oyentes de votar por Albert Gore, su vicepresidente de entonces. Amy Goodman le impidió monopolizar el programa: "Usted llama a las estaciones de radio para convencer a la gente de ir a votar. Pero ¿qué tiene que decir a los que consideran que ambos partidos fueron comprados por intereses privados, y que por lo tanto es inútil desplazarse?". Siguió un debate sin orden ni concierto, referido tanto a las sanciones contra Irak como al apoyo a la pena de muerte de algunos demócratas (entre ellos Clinton y Gore). Exasperado, el Presidente acusó a Goodman de hacer preguntas "hostiles y agresivas", a lo cual ella respondió: "No, son imparciales".

Al día siguiente el servicio de prensa de la Casa Blanca se lamentaba de que Goodman no hubiera respetado las "reglas" de la entrevista. "¿Cuáles?", preguntó ella. La llamada del Presidente no estaba prevista, por

lo tanto no se había establecido de antemano ninguna "regla". Pero se acusó a Goodman de haber desviado el debate fuera del tema inicial (convencer a la gente de ir a votar) a riesgo de acaparar demasiado tiempo a su interlocutor. "El presidente Clinton es el hombre más poderoso del planeta, puede colgar cuando se le canta", respondió Goodman, antes de sacar su propia conclusión del incidente: "No reservo ningún trato de favor a los poderosos. Son empleados del pueblo" (8).

Democracy Now rechaza la habitual actitud de los medios de comunicación estadounidenses en época de elecciones. Los estados mayores de campaña saben que pue-

En promedio, dos nuevas estaciones de radio o de televisión suman cada semana a Democracy Now a su programación.

den contar con ellos para dar una desmesurada resonancia a sus decisiones tácticas. Así, durante la actual carrera por la investidura del Partido Demócrata, cuando Hillary Clinton tuvo dificultades en los sondeos, sus asesores decidieron hacerle adoptar una postura "más agresiva". De inmediato los medios de comunicación aprovecharon este cambio de actitud y le ofrecieron todas las ocasiones para exhibir su nueva personalidad. *Democracy Now* siguió otra opción: no cubrió el "acontecimiento".

No a la guerra de Irak

Durante la campaña presidencial de 2004, *Democracy Now* informaba a sus oyentes acerca de los sondeos y de la actualidad del día, pero privilegiaba los temas de fondo. Y, más que dejar a los dos favoritos (George W. Bush y John F. Kerry) monopolizar la audición, destacó la marginalización de los "candidatos menores", así como el peligro de ver a millones de ciudadanos privados de su derecho democrático (colegios electorales distantes, arcucias jurídicas, caducidad de sus derechos civiles).

Tras los atentados del 11 de septiembre, la mayoría de los medios de comunicación favorecieron el desarrollo de la guerra contra Irak. Cuando en el *Washington Post* del 21-10-01 el periodista Jeff Stein sugirió que "Saddam, el compañero de Ben Laden" era el responsable de los ataques con

"juzga con la misma desconfianza a los que detentan el poder, sean republicanos o demócratas."

ántrax perpetrados contra periodistas y responsables políticos, en momentos en que la investigación policial giraba hacia cualquier otra dirección, *Democracy Now* alertó: "La administración Bush y los medios de comunicación intentan sistemáticamente imputar a Irak los atentados del 11 de septiembre o los ataques con ántrax".

Democracy Now fue también el único en retransmitir a sus oyentes una información de la prensa británica, según la cual el gobierno estadounidense escuchaba las comunicaciones telefónicas de varios miembros del Consejo de Seguridad de la ONU. Fue también el único en informar continuamente las distintas formas de protesta contra el compromiso militar estadounidense, como por ejemplo el hecho de que las oficinas de Hillary Clinton fueran ocupadas después de que votara a favor de la guerra. En una atmósfera de "patriotismo" exacerbado, qué otro medio

hubiera podido difundir una información del tipo: "En un centro comercial se detuvo a un hombre porque llevaba una camiseta que decía 'Denle una oportunidad a la paz'. Más de 150 personas protestaron y se hicieron presentes con la misma camiseta".

La negativa a alinearse tras la posición oficial y la utilización de fuentes de información diversificadas permitió que *Democracy Now* ofreciera a sus oyentes una imagen más fidedigna de lo que se preparaba en Irak y en su país: durante las tres primeras semanas de la guerra (marzo-abril de 2003), los seis principales noticieros recurrieron a un único crítico de la invasión (9).

Democracy Now interrogó a treinta.

Estos esfuerzos no siempre fueron vanos. En marzo de 2004, cuando el golpe de Estado en Haití se asimilaba en general a un levantamiento popular contra un dictador corrupto, el programa de Goodman difundió una entrevista exclusiva con Jean-Bertrand Aristide, el Presidente en exilio, quien entonces reveló que el ejército estadounidense lo había forzado, arma en mano, a dimitir para después secuestrarlo. La primicia obligó a los otros medios de comunicación a volver a tratar el acontecimiento haciendo nuevas preguntas. Amy Goodman ironiza: "¡Contaminamos a los medios de comunicación!".

Se sucedieron otras "contaminaciones". En febrero de 2007, *Democracy Now* interrogó a Greg Palast, periodista de la BBC, sobre los "fondos buitres" que saquean los países en vías de desarrollo (10). Palast explicó que la Casa Blanca había permitido que algunos créditos públicos destinados a reducir la deuda de los Estados pobres fueran utilizados para reembolsar los créditos de sociedades privadas con varios países del Sur. Poco después, dos parlamentarios reivindicaron que un cuestionamiento a los "fondos buitre" figuraba en el orden del día de una cumbre del G8. Subraya Plast: "Antes de haber conocido la investigación de *Democracy Now*, muchos congresistas ignoraban que el dinero era desviado de esa manera".

Habida cuenta de la heterogeneidad de su red de difusión, es difícil apreciar la audien-

cia real del programa y la orientación política de sus oyentes. Evidentemente, los más fieles tienen una sensibilidad progresista, pero

McChesney insiste: "No es tampoco la izquierda estadounidense del tipo *bobos* (*bourgeois-bohèmes*, es decir burgueses-bohemios, como se los llama en Francia) de San Francisco o Boston. Los oyentes pertenecen a todos las estratos sociales". Si *Democracy Now* es popular en una región tan republicana como el noreste de Tennessee, es probablemente porque muchos estadounidenses, de izquierdas o derechas, soportan cada vez menos el poder de las grandes empresas y del gobierno sobre la comunicación. "Los medios de comunicación privados dejan un espacio vacío que venimos a ocupar", considera Goodman. Incluso entre los republicanos, muchos se sintieron terriblemente decepcionados por las mentiras de la Casa Blanca, los escándalos, los reverses

militares y los gastos descontrolados. La prensa no se salva de esta desaprobación. Según Fitsanakis, algunos republicanos se incorporaron a DNTC para reaccionar ante el retroceso de las libertades individuales y de la libertad de expresión, un tema que el programa trata a menudo. Electores conservadores hicieron conocer su apoyo a DNTC. Aunque en desacuerdo con muchas de las ideas defendidas por *Democracy Now* se declaran "realmente furiosos contra el actual gobierno". Y encuentran en el programa "un punto de vista más o menos razonable y honesto sobre lo que pasa en el país". Amy Goodman considera que los medios de comunicación exageraron las diferencias entre izquierda y derecha. Explica que "los dos campos tienen casi las mismas preocupaciones. Tanto los conservadores como los progresistas se inquietan por los ataques a la vida privada y el creciente poder que ejercen las grandes empresas. Las familias de los soldados están horrorizadas por el precio que pagaron sus hijos y sus hijas, mientras que los hijos de los poderosos se han salvado de la guerra". Por su parte, Fitsanakis cree que en una región donde la gente utiliza poco internet como fuente de información, "encuentran en nosotros un programa que habla de lo que realmente les interesa".

En Tennessee, DNTC se apoya en los oyentes para intentar movilizar el campo progresista. Fitsanakis conoce este ejercicio: "En primer lugar intentamos reclutar entre nuestros oyentes. Aquí, alrededor de un millón de hogares pueden recibir el programa, y muchos de ellos viven muy aislados en las montañas o en lugares de difícil acceso. ¿Por qué no utilizar el programa para empezar a reunirlos?". En seis meses de existencia, DNTC reclutó a 150 voluntarios y organizó ocho manifestaciones contra la guerra el día del cuarto aniversario de la intervención en Irak. A fin de establecer contactos con la fracción más militante del sindicato de mineros, se organizó una manifestación delante de una planta que fabrica municiones de uranio empobrecido. La acción tuvo un éxito limitado. Fitsanakis explicó: "Los sindicalistas se unieron a nosotros, pero nuestras propias tropas no estaban seguras ante la idea de enfrentarse a la policía. Sin embargo, sigo siendo optimista, esta región es muy prometedora...". ♦

- 1 Serge Halimi, "El pueblo humilde que vota a Bush", *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, octubre de 2004.
- 2 Bárbara Epstein, "La radio californiana que resiste", *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, octubre de 1999.
- 3 www.democracynow.org/article.pl?sid=07/04/25/1414222
- 4 Eric Klinenberg, *Fighting for Aire: The Battle to Control America's Media*, Metropolitan Books, Nueva York, 2007. Del mismo autor, "La voz monocorde de los medios estadounidenses", *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, abril de 2003.
- 5 La Federal Communications Commission (FCC, Comisión Federal de Comunicaciones), la instancia reguladora de los medios de comunicación estadounidenses, siguió favoreciendo ese tipo de concentraciones. Pero en 2003 una fuerte movilización popular la obligó a retroceder. Quizás esta reacción hizo que la FCC anunciara que cedería cientos de FM a asociaciones sin fines de lucro, en especial en las regiones rurales, a fin de favorecer la difusión de programas "no comerciales y educativos". Pero muchas de esas FM podrían ser ofrecidas a organizaciones religiosas.
- 6 Citada por Lizzy Ratner, "Amy Goodman's Empire", *The Nation*, Nueva York, 6-5-05.
- 7 Naomi Klein, *No Logo: la tyrannie des marques*, J'ai lu, París, 2007.
- 8 Entrevista con Anthony Violanti, *Buffalo News*, Nueva York, 9-5-04.
- 9 "Amplifying Officials, Squelching Dissent" por la asociación Fairness and Accuracy in Reporting (FAIR): <http://www.fair.org/index.php?page=1145>
- 10 Ignacio Ramonet, "Voracidad", *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, noviembre de 2007.