

La guerra de los medios

LA información se ha convertido en el factor principal del que depende nuestra sociedad. El avance postindustrial ha hecho que el sistema social funcione en dependencia de los flujos de información. Al igual que se ha dependido en otros tiempos del cereal, la producción industrial o la energía, hoy, lo fundamental es la información. No es extraño que ésta sea objeto de conflictos tan críticos como lo fueron otras materias.

El ciudadano mundial ha sido espectador pasivo de cómo durante el año 1996 se ha producido a nivel internacional una reestructuración de la propiedad de medios de comunicación. Esa reestructuración afecta también a España, aunque mezclada con otros componentes que han añadido virulencia al hecho. A esta situación se añade además un déficit en la cultura corporativa de algunos medios.

Medios sin fin

EN efecto, nuestra sociedad ha asistido a un encrudecimiento entre las agencias de

comunicación. Principalmente se debe a dos motivos: primero, es una guerra comercial. Segundo, hay un factor político de gran peso. El reordenamiento del panorama mediático español ha coincidido con un cambio de ciclo político en el que el Gobierno del PSOE ha mostrado algunos de sus déficits (corrupción, terrorismo desde el bajo gobierno, agotamiento del programa, etc.) y el PP ha evolucionado hacia reconocimiento social suficiente como para llegar a ganar unas elecciones generales. En esa coyuntura los medios han mostrado sus legítimos partidismos, han participado en incorrecciones y han sido objeto también de manipulación. Los casos se han multiplicado. Se han denunciado, aunque no con resoluciones probatorias en tribunales, casos de corrupción del Gobierno anterior en favor de agencias mediáticas favorables, especialmente adjudicados al grupo PRISA. Un medio de la importancia del «ABC» ha sido condenado por los tribunales por haber falsificado una encuesta en favor de una posible victoria de la derecha. Se ha sufrido una intervención directa en el sector del Gobierno actual moralmente (y está por ver si legalmente) reprobable en algunos aspectos. La beligerancia partidista en la crisis 1992-1996 ha sido de tal virulencia que ha polarizado y manipulado a la mayor parte de los medios con razones ideológicas o mercantiles. Los argumentos se han exasperado hasta sacar las «armas prohibidas», aquellos asuntos que estaban bajo el tabú o la discreción y otros inventados como informes falseados y calumniosos contra periodistas concretos. Desde los medios también se llevan a cabo «linchamientos mediáticos» de personajes públicos a los que se bombardea por todos los flancos hasta la extenuación. La existencia de agencias de promoción política en los medios (lobbys para influir en la visión de los medios sobre un asunto o persona concretos) es un hecho que nos advierte de la peligrosidad de la situación. Todas las razones y sinrazones circulan de un medio contra otro.

La competencia entre medios ya había provocado un clima de comunicación muy crispado a finales de los años ochenta con la guerra de programas deportivos de madrugada. Las luchas por la audiencia llevaron a una degradación que hizo de la aniquilación del otro un objetivo para cada medio. Ya entonces denunciábamos desde RAZÓN Y FE el peligro de que ese clima se extendiera a otras áreas del periodismo y la comunicación. Al agudizarse la situación empresarial, algunos medios emergentes y otros decadentes en clientela han inyectado políticas muy agresivas de relación con otros medios a través de la descalificación. Especialmente medios decadentes como «Diario 16» o «Ya» han iniciado una estrategia de huida hacia adelante con formatos amarillistas de aniquilación.

Esto ha tenido efectos graves a la hora de degradar el estado de la opinión pública. En los momentos finales del último Gabinete González no sólo se ha comunicado desde los medios crítica información sino sobre todo se ha comunicado indignación.

Periodismo de inyección

LOS medios han hecho campaña abierta. Esto es legítimo siempre que se haga desde el protocolo adecuado. De hecho, en Reino Unido es práctica habitual la recomendación del voto, pero dentro de otra cultura mediática que no es la española. El español se indigna cuando dentro del protocolo de neutralidad se inserta subliminalmente propaganda. No estamos diciendo que no se pueda ser «subjertivo» ni «partidario»: lo primero es imposible de dejar de serlo y lo segundo es legítimo. Lo que indigna al español es que nade y se quiera guardar la ropa; que se sea partidista y se quiera disimular bajo el nimbo de la neutralidad. Los periodistas de otras tendencias que frecuentemente son

censurados, vilipendiados o sencillamente son falsos representantes de la pluralidad.

Muchos medios son portadores de un programa ideológico que no tiene por qué ser un estorbo, sino que son un atributo. Los medios han de hacer un esfuerzo formal para que los hechos lleguen al lector en términos descriptivos, diferenciando bien los elementos puramente valorativos. Por el contrario, hay un incesante entrelíneas que frecuentemente convierte las primeras páginas en cartelones de propaganda. Creemos que la cuestión no está en la pluralidad ideológica, con la que el peatón está acostumbrado a convivir felizmente en la calle. El problema apunta a una corrupción de los estilos de algunos medios. Hay agencias como «El Mundo» o «La Cope» que han hecho de la exaltación su principal objeto de comunicación. Medios que se convierten a sí mismos en fines. Exaltación como nunca por ningún tema incluso en periódicos cuyo estilo, como «El País» estaba definido por la moderación. La violencia es inusitada si se sigue la lluvia de descalificaciones que se han cruzado desde las líneas editoriales o la moldura de las noticias. Pero afecta a todo el programa comunicativo. La frecuente degradación del género de la tertulia radiofónica o los programas basura de «pornobiografía» son síntomas de que se violan todos los códigos en favor de la cuota de mercado.

Los medios de comunicación han sido manipulados por los diferentes agentes de presión y unos se han mostrado más accesibles que otros en razón de oportunidad, financiación o estrategia de mercado. La publicación automática de dossiers y chismes de teléfono ha generado daños grandes de credibilidad y envenenado el ambiente.

Bajo el nombre del nuevo periodismo, bajo el que se adscribieron «El Mundo», «Cope» o el anterior «Diario 16», encontramos más bien un nuevo talante de denuncia que incluye la publicación de materiales sensibles de mucho riesgo junto con una cólera que es en

la que reside principalmente la diferencia. El riesgo ha llevado a acelerar el ritmo político, a formular hipótesis que han llevado a desnudar verdades y también a hacer más violento el modo político y a causar víctimas inocentes a las que no se repara.

Por otra parte, parece que el radicalismo de honestidad que todos reclaman para sí tiene trampas. Así como se ha desnudado toda la realidad política, social y cultural con un discurso pornográfico (mostrando lo escabroso y haciendo uso de una estética morbosa), la realidad económica y mediática se ha mantenido cubierta. Sobre la primera, las noticias siguen siendo moderadas si exceptuamos algunos escándalos pseudopolíticos. Esta exquisitez de trato con el sistema financiero es comprensible ya que a fin de cuentas, se está tratando con los que sostienen los créditos por los que sobreviven cada medio.

También hay una consecuencia positiva de esta situación: la competencia ha llevado a elevar la calidad en algunos casos. Hay prensa de calidad en España. Como panorama y como obras concretas. Tanto en diseño, interacción con el usuario como en calidad informativa, tal como lo avalan los premios logrados en concursos internacionales.

Lo que estamos viendo es que la variable principal de esta belicosidad es mercantil. Si retrocedemos en el culebrón vemos que la historia es complicada. Hace algunos meses las alianzas eran distintas y los ataques se cruzaban en sentidos inversos, como es el caso de la posición del Grupo Z en relación a PRISA. Los medios que hoy son aliados expresaban agrias opiniones. Parece que la variable que explica la exaltación no es tanto el proyecto político como la coyuntura empresarial. Todo esto lleva al ciudadano al escepticismo. Y es cierto que se necesita un estado vigilante con cierta defensa de escepticismo al adentrarse en este mundo.

El lector, oyente o televidente, se siente tenso y confuso. Primero se encuentra aturdido ante una historia muy confusa y compleja de la que ningún medio da información distanciada por ser ellos mismos los implicados. Segundo, cada vez que compra o sintoniza se ve en la tesitura de hacer una elección. Parece como si se situara con su voto ante una urna cada día.

Mesomedios

UNA solución debía ser la mediación del resto de la sociedad civil. Pero el mundo de la cultura sufre la enfermedad de la bandería y el clientelismo. Tampoco los políticos dan una opinión sobre el tema porque ellos mismos son militantes de los bloques sectarios. Los obispos no son a su vez mediadores legítimos ya que participan en una cadena radiofónica que no se distingue por la serenidad. La pérdida violenta de la audiencia de la Iglesia vasca y catalana ha sido un gran escándalo que parece no haber tenido consecuencias globales. Por último, la sociedad civil carece de instrumentos relevantes que puedan intervenir desde la independencia en la situación. Es cierto que tampoco todos los agentes informativos están igual de implicados y que permanecen como reductos de distanciamiento. Incluso hay un fenómeno nuevo, el que alguna cadena de medios se haga abanderada de un talante de moderación, encuentro y distanciamiento.

De fondo, creemos que esta guerra es de conveniencia más que de convicciones. Queda por tratar la situación de medios de comunicación realmente alternativos y de una cultura mediática de construcción en vez de destrucción. Internet es sin duda una pista para democratizar la vida cultural en las comunicaciones, para dar soporte de comunicación a los sin-voz y a sectores contractuales. Es necesario, sin embargo, además

hacer más densa la vida cultural y el contraste en foros de debate, para filtrar la información y el tratamiento de la realidad.

CADA vez es más urgente introducir elementos reflexivos en los medios y abrirlos a la participación civil. Ha habido intentos serios que han mejorado la calidad y se han hecho perversiones de participación. Una solución es dar un mayor papel a los «defensores del lector» en cada medio, a los que hace falta clara independencia ya que si no, son una farsa. La segunda solución profundizaría en la deontología. En tercer lugar, multiplicar los focos de información alternativa desde medios civiles especializados en lugares y asuntos. Una cuarta vía es promover los «mesomedios» o «micromedios», agencias de comunicación con una escala más controlable que permita flexibilizar las elecciones de los ciudadanos y por lo tanto quiebren las estrategias de los grandes medios de polarizar a las audiencias. De esta forma, el cliente se hace un bien máspreciado que cuidar, pero sobre todo se hace ciudadano. Es necesario tamizar la mayor parte de la información por fuentes directas, reflexivas y alternativas: pasar del «periodismo de inyección» al «periodismo reflexivo».