



Ética y estética de los medios de comunicación

HACE ya muchas décadas que los norteamericanos definieron la prensa como **el cuarto poder**. Se describía así la enorme influencia de los medios de comunicación en cuanto configuradores de ese ente intangible y abstracto que llamamos **opinión pública**. Configurada ésta en la cocina de los periódicos, se expresaba poco después en votos y éstos determinaban, en uno u otro orden, la configuración de los otros tres poderes (Legislativo, Ejecutivo y Judicial) del Estado democrático. Pero aquella definición se ha quedado corta. Cuando la prensa fue bautizada como cuarto poder, era una fuerza modesta comparada con la que ha conseguido en la actualidad. El desarrollo de las NTIC (Nuevas Técnicas de la Información y de la Comunicación) han puesto en manos de una nueva aristocracia —la de los comunicadores— el poder más formidable e incontrolado que grupo alguno poseyó desde la caída del Antiguo Régimen.

Las comunicaciones mantienen desde el nacimiento de la Cibernética (1948) un crecimiento acelerado tanto en flujos de información como en soportes tecnológicos para

almacenarla y difundirla. La información artesanal, las agencias familiares, las pequeñas redes son ya prehistoria. Hoy puede hablarse con todo rigor de la **industria de la comunicación**, en la que se producen masas gigantescas de información y se buscan con avidez masas consumidoras que la devoren en pocos minutos. Un vértigo convulsiona a empresarios, periodistas, técnicos, sujetos y objetos de la información. El sector de las comunicaciones es hoy el primer sector productivo de los países desarrollados: el que más inversiones de capital recibe, el que más empleo genera y en el que mayores tasas de beneficio se obtienen.

Como toda realidad humana, el emporio de los medios de comunicación es de naturaleza dual: por una parte amplía los horizontes de libertad, extiende y democratiza la cultura, acerca los pueblos, ventea las cloacas, ofrece alternativas, se abre a la réplica; por otra, tiende a concentrar en pocas manos un enorme poder, que con frecuencia difunde como ^{lo que} informaciones objetivas lo que sólo son ambiciones económicas o políticas, se blindo contra todos los poderes inferiores (los privados y casi siempre también los públicos) y a menudo se convierte en instrumento de dominación, manipulación o envilecimiento. Sería absurdo privarse del enorme caudal de bondad que portan la prensa, la radio y la televisión por el temor a ser devorados por el veneno que también circula por ellos. Pero también sería absurdo sorber su veneno sin advertirlo. Este editorial no es más que una pequeña aportación que debe sumarse a las muchas reflexiones tendentes a establecer una correcta relación, individual y social, como receptores y como emisores, con los medios de comunicación.

Las paradojas comunicativas

EL universo de los medios de comunicación de masas se rige por leyes paradójicas, aunque no es la única realidad, moderna o antigua, que tiene este carácter. El desconocimiento de sus paradojas puede convertirnos a los consumidores o usuarios en auténticos

peleles a los que, para mayor burla, nos infunden un complejo de superioridad sobre los no-lectores, los no-radioyentes, los no-televidentes, los no-CDROMERS. Apuntar algunas de estas paradojas puede evitarnos riesgos o, al menos, hacernos más culpables si caemos en ellos:

1. Se definen como «los que muestran lo que sucede», pero ocultan mucho más de lo que muestran. Lo que los periódicos callan es mucho más de lo que dicen. Unas veces las *informaciones* son ya cribadas en su origen y otras se *anulan o jibarizan* en los propios medios. Los ejemplos pueden multiplicarse *ad infinitum*, pero el más ilustrativo y reciente es el de las corrupciones calladas. Un periódico madrileño conoció con notable antelación las dudosas andanzas de Juan Guerra y las guardó en el congelador. Periodistas que sabían con certeza moral dónde y cómo se producían las mordidas, que incluso podían probarlas documentalmente, no les concedieron tinta ni voz. Callaron el GAL y alguno aún oculta podredumbres verdes, grises o caquis.

*La información
objetiva del
medio de los
soluciones del
mundo, hecho
desde puntos de
vista "nolite"
de intereses*

NO es el momento de hacer una relación de escamoteos ni de juzgar por qué los hicieron, sino de adoptar una actitud de prudente avisamiento. Y, como es difícil que todos los medios tengan los mismos intereses como para coincidir en las ocultaciones, la prudencia aconseja leer más de un diario, escuchar más de una radio, hacer **zapping** en los informativos de la televisión... y, aun así, dudar sistemáticamente sobre la integridad de las informaciones que recibimos.

2. Los medios se definen como relatores de hechos, pero en gran medida son constructores de los hechos que relatan. El poder del lenguaje es infinito, el de la técnica, ilimitado. Ambos juntos —un buen manejador del lenguaje y una técnica de focalización—, el resultado informacional puede tener poco que ver con la realidad. Se aíslan afirmaciones de su contexto lingüístico o situacional, se centra el interés en lo accesorio, se acumulan testimonios en uno u otro sentido, se lastra emocionalmente el globo, se somete la imagen a espejos

*convexos o cóncavos como los del callejón del Gato... y ya tenemos la fantasía hecha realidad o la realidad transformada en esperpento valleinclanesco. Hay periodistas de todo tipo: cultos e ignorantes, experimentados y bisonños, prudentes y osados; pero todos son capaces de manejar técnicas explosivas de construcción de la realidad, de producción del simulacro, de creación del universo virtual, en el que importa poco si la cosa es, lo que importa es que funcione como si fuera. Pocos de los miles de «comunicadores» que construyen cada día la realidad han leído a Berger, Derrida, Lyotard o Chomsky, pero utilizan con desenfado, a veces con malicia, los sortilegios del lenguaje que estos pensadores han desentrañado. Extienden su pensamiento sobre los hechos y el mismo pensamiento se transforma en hecho. Puede aplicarse a los modos informacionales aquello de Karl-Otto Apel: «son capaces de transformar la **res cogitans** de Descartes en la **res extensa** de Newton».*

*AL usuario avisado compete recibir las informaciones con cierta desconfianza, mayor cuanto más «redondas» o más unidireccionales parezcan las conclusiones del informador. Pero ello no basta; en el imperio de lo efímero que son los **mass media** el lector ha de poner sustancia informativa más estable, remitiéndose a conocimientos adquiridos o matizados en otras fuentes: la propia experiencia, los testimonios directos, la historia, etc. Y en todo caso, extender sobre los mensajes recibidos el poder reflexivo de nuestra mente, de forma que, si hemos de vivir con una arquitectura virtual, al menos seamos nosotros los que revisan los planos.*

*3. Sin los medios no es posible una sociedad libre, pero ellos son frecuentemente vehículos de esclavitudes. La libertad de expresión y el derecho a ser informado constituyen uno de los derechos fundamentales de la persona. Sin esta libertad no es posible la creación de corrientes de opinión, ni la crítica del poder ni la alabanza de los proscritos, ni la propia democracia. Pero, en nombre de esa libertad esencial, los medios de comunicación han creado un **feed back** diabólico entre ellos y sus lectores-oyentes-espectadores. Su*

enorme poder los convierte en los principales educadores de la gran mayoría, y la mayor parte de las veces no ejercen esta función educadora de forma altruista, sino en beneficio de intereses económicos o políticos concretos. Los especialistas suelen coincidir en que las NTIC han alterado los sistemas de creencias, los criterios éticos, los comportamientos morales, los hábitos de consumo e incluso el funcionamiento del propio sistema productivo. Aureolados como están por todos los atributos de la modernidad, los **mass media** imparten criteriología en todos los campos y determinan la inclusión o exclusión de alguien o de algo en esa «modernidad progresista» de la que ellos mismos definen las fronteras.

EL NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación) se presenta como la última oportunidad de la libertad, pero en el fondo constituye un mecanismo de auténtico dominio ideológico, ético, estético y económico sobre todas las culturas y clases sociales. Crea imágenes que justifican políticas prefabricadas. Por ejemplo, durante la guerra del Golfo, el NOMIC acuñó las imágenes de los **perversos**, como Sadam, a los que ninguna penitencia redimiría; la de las **víctimas** (Kuwait, Israel) sobre las que, por el principio de la justa compensación, se tendrían que volcar las ayudas posbélicas; la de los **equivocados**, como la OLP, que, vueltos al redil, podrían reinar en Jericó; la de los **cooperantes de la libertad** (España y Turquía), que prestaron apoyo logístico; y por supuesto la del **ángel de la guarda** (E.E.UU.) que decidió en todo momento lo que se debía hacer —más bien deshacer— en la primera guerra audiovisual y esponsorizada. Para todo ello no se vaciló en mentir, ni en colocar en el frente cormoranes que eran de otra guerra.

Ciertamente el NOMIC nos permite rebelarnos, enviar cartas a los periódicos, llamar a los programas de radio o de televisión, incluso escuchar o leer a los discrepantes. Pero siempre que ello afecte a ámbitos reducidos y no pongan en peligro la dominación colonial del mundo por medio de los grandes flujos informacionales.

Individuos y sociedad informativamente sanos

*EN muchos casos, los medios despojan de su propia autonomía a sus lectores y videoyentes. Son los medios los que casi siempre fijan la agenda (**agenda setting**) de políticos, financieros, dirigentes de fútbol, figuras y figurillas del espectáculo o simples adictos al televisor; los que, con carácter general, **tematizan** nuestras preocupaciones y determinan de qué y cuándo hemos de hablar; los que **jerarquizan** la realidad, estableciendo las cuestiones relevantes, las escalas éticas, los problemas urgentes, el lenguaje políticamente correcto; los que enaltecen o derriban, etc. Tienen tanto poder que casi siempre la **opinión publicada** (de una persona, grupo de presión) termina convirtiéndose en **opinión pública**.*

Frente a estos peligros, algunas prevenciones defensivas son, sin duda, saludables. La primera de ellas es blindarnos contra la seducción de los medios: tras un gran titular, una revelación turbadora o una imagen de impacto no hay dioses ni genios, sino muchas veces un entramado de intereses, envidias y mezquindades. Una hora antes de imprimirse las noticias son dudas de periodistas que andan consultando enciclopedias elementales o combinando notas no siempre verificadas. La pantalla, el micrófono o la letra impresa no harán nunca noble lo mezquino.

Además de reducir la seducción, bueno será que anotemos una serie de prácticas corruptas que se han introducido en los medios de comunicación y que se explican por la subordinación de los periodistas a los intereses de los complejos entramados empresariales de la propiedad. Por ejemplo, gran parte de la crítica de libros, discos y espectáculos está mediatizada: siempre es sospechosamente favorable a sellos vinculados al grupo; se entrevista, como por azar y propio mérito, a personajes famosos y resulta que la publicación de la entrevista coincide con el lanzamiento de un producto del grupo; se desautoriza a los competidores reales y se elogia a los que son inofensivos; se pagan favores; se confeccionan listas negras y blancas; se defienden intereses

corporativos; se manipula la sección de cartas para alabar o insultar a quien previamente se ha decidido, etc. Saber todo esto no impedirá que suceda, pero nos hará más críticos, menos configurables a imagen y semejanza del medio.

SIN embargo, una actitud primordialmente recelosa ante el enorme potencial transformador de los medios sería suicida y hasta ridícula. Es imprescindible situarse ante la prensa, radio y televisión de forma interactiva, no sólo como receptores de mensajes, sino también como emisores. Individualmente las interacciones actuales son de pequeño alcance: denuncias, envío de noticias o artículos, petición de rectificaciones, llamadas y, por supuesto, ejercer todos nuestros derechos de consumidores. Colectivamente, en cambio, las posibilidades son enormes. El NOMIC tiene que configurarse a la medida del mundo entero, no de sus dominadores. Tanto en el ámbito nacional como en el mundial, el flujo informativo actual, unidireccional desde el mundo desarrollado al subdesarrollado, debe dar paso de flujos recíprocos e igualitarios del Norte hacia el Sur y del Sur hacia el Norte, de Occidente a Oriente y viceversa, si queremos preservar las entidades culturales y favorecer el mutuo conocimiento e intercambio. Por eso son plausibles las iniciativas en este sentido de la UNESCO, de algunas ONGs y del propio Papa, orientadas a crear agencias informativas y redes técnicas en todos los países para contrapesar equitativamente el mundo.