

Triunfo de la prensa y muerte del periodismo

Rafael Cid

Periodista y antiguo director de la revista CRISIS

La absurda muerte de Lady Di, con toda su parafernalia de *glamour* de melamina e histórica banalidad, ha servido una vez más para mostrar el feroz rostro de los mass-media en las modernas sociedades de consumo informatizadas. O lo que es lo mismo, ha valido para evidenciar lo que ocurre cuando las leyes del mercado operan en estado puro sobre un sector productivo tan «inmaterial» como la prensa.

La libertad de información, que surgió como una conquista social, lleva camino de convertirse única y exclusivamente en un eslabón económico regido compulsivamente por el triángulo oferta-demanda-precios cuyos agentes productivos pregonan orgullosa y alienadoramente la sagrada divisa de la división del trabajo (la moral productivista de los paparazzi enfocando sin piedad la agonía de la infeliz princesa).

El macabro suceso, sacado de la crónica del único periodismo realmente existente, no es sino el último testigo de cargo del creciente parasitismo entre información y mercado. El mismo periodismo esencialmente mercenario (llámese rosa, amarillo o tecnicolor) que amparó, alentó, canoni-

zó y encubrió a los malhechores-estrella de la ingeniería financiera (caso Mario Conde; caso De La Rosa, y *tutti quanti*) muestra ahora su faceta canibal más doméstica.

Se trata de un sistema convicto y confeso que se está saldando con el triunfo de la prensa y la muerte del periodismo y que obtuvo su pedigree en la infeliz coyunta entre cuarto poder y mercado hace ahora dos siglos aproximadamente.

Este año de 1.997 se cumple el bicentenario de la muerte de Edmund Burke, el pensador irlandés que acuñó el calificativo de «cuarto poder» en relación a la prensa. Casi el mismo tiempo que ha transcurrido desde la desaparición del economista escocés Adam Smith, padre del liberalismo económico. Hoy, doscientos años después de la entronización de ambas categorías en la sociedad civil demandada por Hegel, el tándem «cuarto poder» y libremercado, se ha convertido en un auténtico «primer poder» o preponderes y en el moderno análisis sociopolítico empieza a valorarse como una seria amenaza para el sistema democrático.

Sobre la letra virgen de nuestras Constituciones y Declaraciones Universales, articuladas en torno al clásico equilibrio de poderes del Estado (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) se yerguen inquietantes prensa y libremercado como auténticos poderes fácticos. Uno y otro no actúan sólo directamente, de frente y por derecho, sobre el Estado. Su acción más resolutiva es oblicua. Ambos logran sus objetivos trasladando su fuerza y sinergias sobre el «poder electoral» o de «sufragio», del que dimana la soberanía popular vía voto o delegación de poder.



Es desde este epicentro del crisol en que se forja la estructura democrática en el moderno Estado de Derecho donde prensa y libremercado, estructuras privadas sometidas al principio del beneficio, obtienen su botín. Bien mirado, esta colusión parece inevitable si tenemos en cuenta que ya Montesquieu basó su teoría de la separación de poderes en la necesidad de que «el poder limite al poder».

La «tangentópolis» de prensa y libremercado, dos poderes «mercenarios», consanguíneos y altamente monopolísticos, sobre el «poder electoral» ejerce de facto una efectiva limitación de los poderes del Estado. Además el nuevo «asalto a la razón» del Estado (en el sentido de profusión irracionalista que denunciaba Lukács) se realiza con rendimientos crecientes para los primeros. Por su natural obsolescencia y fosilidad, la Teoría Política se encuentra casi inerme frente a la vertiginosa expansión pluridimensional de prensa y libremercado.

Esta desigual carrera y sus devastadores efectos a menudo se trivializan en la ingenua seguridad de un final feliz que revive el mito de que a la postre la Tortuga Estado derrotará al invasor Aquiles formado por el bloque prensa y mercado. Lejos de tal, el mal se inocula en nuestro ecosistema convivencial provocando la perversión de la Democracia y el descrédito de la Política.

En el caso concreto del «cuarto poder» burkeniano, el eslabón más débil de la peculiar tangentópolis es de nuevo esencialmente político. De la estructura múltiple que integra lo que entendemos por prensa o medios de comunicación, la primera víctima es el periodista, es decir la parte política en cuanto mediador social. Cosa lógica, pues el periodista pretende ser el mensajero de la veracidad y la experiencia histórica confirma que cuando estalla una guerra la primera derrotada es la verdad.



Por el contrario, capital y empresa consolidan sus posiciones, aunque con un coste de credibilidad social irreparable. En este contexto no parece irrelevante que sean precisamente políticos, jueces y periodistas, representantes de los «cuatro poderes», los profesionales más «desprestigiados» ante la opinión pública.

La nueva síntesis de la dialéctica entre prensa y libremercado y democracia se beneficia del lógico amparo que el Estado de separa-

El periodista puro, lo mismo que el empresario de prensa puro, está en proceso de extinción.

ción de poderes concede al derecho de información en sus constituciones. Este reconocimiento expreso actúa como otra «mano invisible» que solapa el pecado original democrático del propietario (que no del titular) del ejercicio social del derecho de información. Algo que en la práctica, dada la complejidad técnica y los elevados costes de in-

versión, sólo pueden detentar grandes empresas multinacionales.

Cada vez son más los pensadores que exigen una revisión de la problemática de los *mass-media* en el Estado de Derecho. Sin duda la bondad fisiocrática del «cuarto poder» estaba plenamente justificada cuando fue teorizado por Burke como expresión del contrapoder burgués frente al absolutismo reinante. De igual manera que Adam Smith formuló su doctrina de la «mano invisible» para destacar el beneficio social de las actividades mercantiles particulares en un entorno económico de corte autárquico y preindustrial.

Pero esos dos siglos que separan una y otra etapa han pulverizado todas las expectativas.

Aquí y ahora, una de las características sustantivas de la era moderna en las sociedades avanzadas es el triunfo de la prensa y la muerte del periodismo. Ambas tendencias, aparentemente contradictorias, son un perfil suficientemente expresivo de la crisis del modelo democrático tradicional. Pero representan también aún más acusadamente lo inexorable de las servidumbres de la voraz nueva economía. La aldea global precedió al mercado global.

El periplo del viejo orden al nuevo orden está transformando el mundo sin cambiar la vida. Se liberaliza todo menos la política, donde incluso bajo el estigma de la corrupción afloran rasgos de timocracia. Factores todos ellos al parecer suficientes y necesarios para que en el frontispicio de la nueva era las oligarquías proclamen sus principios universales: desregularización, libremercado y competitividad.

Sin embargo, los mecanismos de dominación y control social en esencia son los mismos que a principios de siglo. Con el agravante de que la soberanía popular hoy se está desplazando al mercado debido a las técnicas de persuasión que

actúan sobre el «poder electoral». Gracias a las trascendentales innovaciones tecnológicas en el campo de la microinformática y las telecomunicaciones, la tierra está cambiando de base. Vivimos lo que pensamos y cada vez más pensamos lo que consumimos.

Se trata de un impulso de corte pauloviano que no alcanza a los excluidos. Aunque dado que en el primer mundo dominante rige un orden canibal, excluidos e integrados esperan la oportunidad de disfrutar su cupo, como en una siniestra ruleta rusa. En cierta medida podría decirse que hoy ideología dominante y clase dominante en algún momento somos todos. La ansiada participación social, expresión de una democracia profunda, está dando paso a la escenificación mediática en la construcción de un Estado de Bienestar virtual.

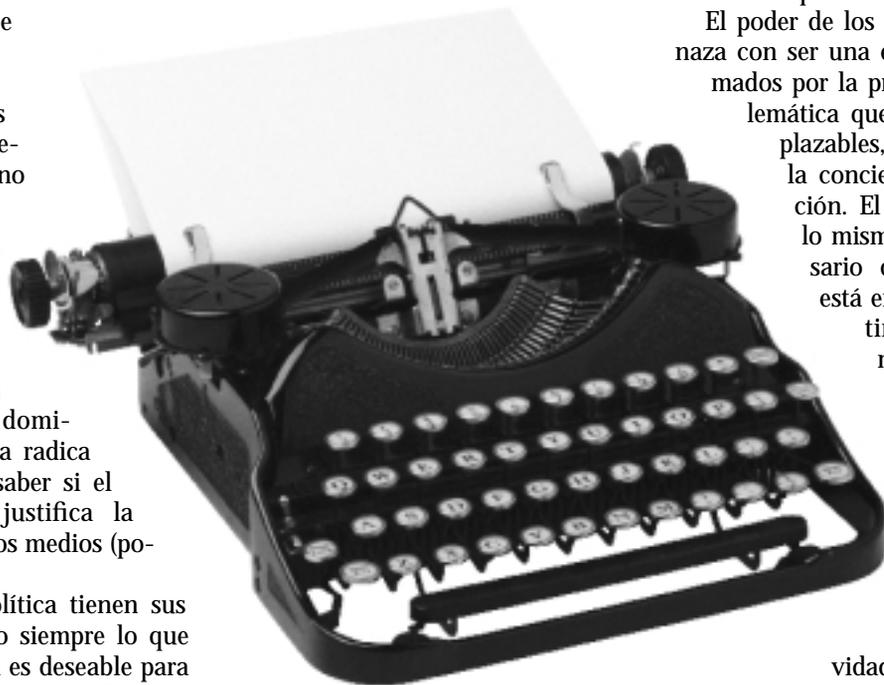
Posiblemente, en buena medida la larga marcha de la prensa desde su puesto de «cuarto poder» al «primer poder» sea consecuencia inevitable del desarrollo tecnológico y económico. Los medios son empresas y como tales no sólo se rigen por principios de rentabilidad, como es lógico, sino que adoptan los valores de la superestructura dominante. El problema radica una vez más en saber si el fin (económico) justifica la manipulación de los medios (políticos).

Economía y Política tienen sus propias leyes y no siempre lo que es bueno para una es deseable para la otra. Así, las economías de escala que llevadas a sus últimas consecuencias originan concentración de medios, pueden cuestionar la pluralidad informativa. De hecho, el ideal de «un sólo mundo, voces

múltiples» que proclamaba en 1978 el Informe MacBride de la Unesco sobre los problemas de la Comunicación es ya sólo una utopía.

Desde entonces el problema no ha hecho más que agravarse. Un observador convencional podría fácilmente detectar tres escenarios fundamentales donde se libra la lucha que proyecta el triunfo de la prensa y la muerte del periodismo. A saber: la prensa como poder; la prensa como empresa y el poder de los periodistas.

La prensa como poder es una nominalismo ventríloquo. Poder fáctico principalísimo, real, creciente, multidireccional y, en la mayoría de los casos, privado. Otra cosa es el llamado «cuarto poder». Si la expresión busca «blanquearse» entre los tres poderes clásicos, el tema puede ser seriamente objetable. Ni siquiera cuando se diera una «competencia perfecta»,



con equidad de medios de comunicación públicos y privados, cabría llamarla «cuarto poder». Y hablar alegremente del «contra-

poder de la prensa» puede suponer una intencionada carga subliminal. El único contrapoder soberano está en la separación, colaboración y control entre el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial.

La prensa como empresa es un condicionante estructural. La empresa periodística, aunque singular, es cada vez más fundamentalmente empresa. Su norte es la búsqueda del beneficio (directa e indirectamente) y a este objetivo somete sus actos, aunque en el transcurso se distorsione el fin social de la comunicación y la función constitucional de informar. Caso de las integraciones horizontales y verticales que crean el efecto «voz de su amo». Son muy pocos los empresarios de prensa puros. Lo corriente es una propiedad plural de los medios controlada por la banca, las finanzas y las multinacionales. A veces esta mediatización del medio se expresa por caminos adyacentes que representan de hecho una «desviación de poder».

El poder de los periodistas amenaza con ser una entelequia. Diezmados por la primacía de la telemática que les hace reemplazables, están perdiendo la conciencia de su función. El periodista puro, lo mismo que el empresario de prensa puro, está en proceso de extinción. Actualmente el periodismo activo en los medios se compadece tranquilamente con el trabajo simultáneo en actividades como publicidad, gabinetes de imagen, etc. «empleos» tradicionalmente antiperiodísticos. Los periodistas estamos olvidando nuestro compromiso (ética de responsabilidad) como mediadores sociales.

Dos siglos después del nacimiento del «cuarto poder» ésta es la cuestión. Vivimos una involución cuyos efectos se dejan sentir en el creciente abstencionismo cívico e insolidaridad de nuestras comunidades. Es como si los ciudadanos intuyeran con palabras del poeta cantor Raimon que «las mentiras cotidianas son el rostro clemente de la muerte». Un peligroso extrañamiento que provoca que el sector con «más futuro y menos presente» del sistema, la juventud, como grita el guru-okupa Manolo Kabela Bolo, esté «harto de legalidad / mezquindad de los legales. / Harto de tener ke hablar / kon unos nuevos modales».

Es obvio, pues, que la pretendida concepción fisiocrática de prensa y poder carece de base. Contrariamente a lo que algunos postulan, los vicios privados no originan virtudes públicas y el poder de la prensa no debe ser convertirse en la prensa del poder. Salvo que ya demos todo por perdido. Que es lo que parece funcionar a tenor de lo que cualquier humilde observador-consumidor podría deducir de



la palpitante actualidad. Basten dos ejemplos.

El martirio del pueblo argelino. España ha cerrado sus fronteras in-

formativas al holocausto del país hermano. Intereses estratégicos económicos y políticos (el negocio del gas y el mediterráneo) y partidistas (la *laison* de la nomenklatura de Argel con dirigentes del PSOE) le han borrado de nuestro dial en cuanto al qué, cómo, cuándo, por qué y para qué.

SER e informar. Día 4 de septiembre. Informativo de la Cadena SER. 14.30 horas. El espacio se abre con la renuncia del juez Garzón en el caso Sogecable por entender en ejercicio de una escrupulosidad sobrevenida que el conocimiento privado del «complot» de Liaño y el «sindicato del crimen» contra Jesús de Polanco, patrón de la emisora, le convertía en ilegítimo juez y parte. Por contra, la noticia del mortal accidente de circulación de un numeroso grupo de turistas españoles en Turquía pasó a segundo plano. Decenas de familias españolas tuvieron que

esperar en vilo a que «escampara» la importante revelación de «la conjura de los boyardos» para saber a qué atenerse.