

EL OLVIDO DE LA RESPONSABILIDAD POLITICA DE LOS MEDIOS PERIODISTICOS

JOSÉ LUIS DADER

I. EL PERIODISMO EN LA MITOLOGÍA DEMOCRÁTICA.

1. *En la democracia perfecta.*

El mito político de nuestro tiempo son los medios industriales de comunicación. Gracias a ellos suponemos que las sociedades occidentales han alcanzado un nivel de transparencia y participación ciudadana inimaginables en las antiguas democracias. Resulta evidente la existencia de ciertos desórdenes, pero el pensamiento contemporáneo cree resolverlos con la abundancia de mensajes. El viejo dogma liberal de la verdad triunfante en la discusión libre queda realizado por completo con el nuevo instrumento de la discusión total y una información pública mayoritariamente difundida.

Parece obvio que los medios industriales de comunicación (MIC), y especialmente los de uso periodístico, proporcionan una ingente materia prima de opiniones políticas. El resultado idílico de esta situación debería ser el ejercicio auténtico de la representación accesible a todos, antes viciado por la ausencia de un conocimiento de causa de los problemas y alternativas sociales.

Era también comprensible el temor de recrudescimiento del autoritarismo por una sutil corrupción de la realidad política filtrada por tales medios, pero la inexistencia de pruebas concluyentes al respecto obligaba a recordar su contribución indiscutible a la multiplicación del diálogo social y la democratización de la cultura.

2. *Una comprobación insuficiente del nuevo poder político.*

La sociología de la comunicación en sus diversas vertientes —política, social, cultural—, ha intentado medir con rigor el impacto del nuevo vehículo de las relaciones sociales. Pero casi siempre, la estrategia adoptada ha consistido en averiguar directamente los resultados. La encuesta al público o el análisis de los contenidos difundidos por los MIC han sido los dos sistemas má usados, acordes con este presupuesto. Ha predominado la idea de que sólo el conocimiento de unas pruebas empíricas podría permitir un juicio sobre la situación.

Varias décadas de experiencias cada vez más sofisticadas no han logrado más que reunir un gigantesco archivo de datos circunstanciales¹, pero el problema de la repercusión sociopolítica de los medios continúa sin ser resuelto de manera satisfactoria². Los resultados observados probablemente están bien descritos, pero carecen de una conexión con las causas de cada hecho específico, y, en la dinámica social, éstas pueden ser múltiples. Los distintos agentes y factores se entrecruzan y resulta ya casi imposible determinar qué proporción del efecto o de la evidencia final corresponde exclusivamente a cada uno de ellos.

Las grandes y simples preguntas acerca de la responsabilidad propia de los MIC en la constitución del actual tipo de sociedad, la culpa o el honor que en tal caso les corresponde, carecen aún de una contestación convincente.

En esa perspectiva se echa en falta el estudio de la efectividad intrínseca (no del efecto) de cada agente participante en una realidad política. Porque sólo comprendiendo lo que un agente está en condiciones de hacer, qué es aquello para lo que está capacitado, es posible después averiguar su grado de responsabilidad y la dirección de su influencia en una constatación empírica.

1. Anthony SMITH, *The Politics of Information*, London, McMillan, 1978, p. 129.

2. David. L. PALETZ and Robert E. PEARSON, *The Way You Look*, in Williams Adams and Fay Schreibman (eds.) *Television Network News*, Washington, George Washington University, 1978.

3. *La percepción funcional de la importancia sociopolítica de los MIC.*

La idea de que la posible repercusión de los MIC en la vida política —o en otros aspectos de la cultura—, es mínima, dada la variedad y multiplicidad de otros factores que también hay que contabilizar, es cuando menos, superficial.

No hay que olvidar que los MIC son el *medio* o agente intermediario que en la actualidad cumple con más eficacia (en términos de difusión, accesibilidad, uso simultáneo, etc.), el rol sociopolítico básico de poner en contacto, divulgar y hacer públicas, las expectativas sociales, los problemas comunitarios, las opiniones suscitadas y las decisiones tomadas con trascendencia colectiva. Constituyen así el medio de comunicación o soporte de cualquier otra circunstancia o factor, con capacidad de influencia en la realidad política, al menos en lo que respecta a las posibilidades de actuación del llamado «Público General».

Por todo ello son en muchos casos un condicionante previo a todos los demás, y su poder de influir puede variar el del resto de agentes sociales a considerar. Esta misma idea es expuesta por BALL-ROKEACH y DE FLEUR cuando afirman que los nuevos medios instauran un «modelo de dependencia»: cumplen en la actualidad muchas funciones únicas y centrales de la colectividad, y el número de sus posibles efectos aumenta. Se convierten en una pieza capital de regulación de la sociedad y el conflicto social³.

4. *Necesidad de un método teórico sobre la efectividad política de los MIC.*

El empleo de la deducción lógica permite insistir en la importancia y capacidad de alteración social del uso de un instrumento de mediación política (o cultural) en lugar de otro, o del modo de usar un instrumento concreto.

3. S. J. BALL-ROKEACH and M. L. DE FLEUR, *A Dependency Model of Mas Media Effects*. «Communication Research», 3. 3-21, 1976.

Como señala la filosofía analítica⁴, el soporte o elemento intermediario de una relación condiona, además del ambiente de la relación, el propio contenido de la misma. El hombre conoce la realidad a través de unos medios, y la noción que tenga de la realidad puede variar en función del código o el sistema de información empleado para conocerla. Por esto mismo, las actuaciones posteriores nunca se ajustarán a la «auténtica realidad», sino a la noción de la realidad que el sujeto tenga. De ahí la trascendencia del reflejo de la realidad proporcionado por el medio, con todas las implicaciones políticas que ha de suponer un conocimiento exacto o distorsionado de la realidad social.

También la reciente biosociología resalta la capacidad de influjo del medio con otros argumentos⁵: A diferencia de los sistemas de información no humanos, en el hombre se da la circunstancia de que su código de transmisión y el contenido de sus informaciones son todo lo contrario del hermetismo y la mecánica reiteración de idénticos significados que existe en la transmisión animal, cibernética o del código genético, por ejemplo.

El sistema de comunicación humana, al ser abierto y progresivo (en todo momento admite nuevos significados y nuevas formas de denominación de la información ya conocida por la especie), influye mucho más en el contenido y posibilidad de aprovechamiento de la información disponible por el grupo humano. La cultura es, por eso, el resultado informativo de las múltiples transmisiones realizadas por los hombres. Su volubilidad o proceso de constante cambio —e incluso la variedad de niveles culturales—, expresan la importancia de los medios de definición y selección de datos de la realidad utilizados en cada caso.

Por todo ello es especialmente necesario estudiar el tipo de medio de transmisión cultural usado, como factor fundamental —aunque no exclusivo—, de las posibles nociones de la realidad y de las respuestas culturales que crean las distintas sociedades. Tales respuestas constituyen a su vez el punto de arranque de nuevos conocimientos sociales y nuevas creaciones.

4. Tomás BARRIUSO, *El acto ilocutivo*, Universidad de Navarra, Pamplona, 1979. Tesis inédita.

5. Patrick WILLIAMS and Joan PEARCE, *Communication as Biosystem*, «Journal of Commuication», 1974, 24-4, pp. 13-18.

5. *Control del medio como forma de control del contenido.*

En términos políticos se entiende que la variedad de niveles de conocimiento y de opiniones acerca de una situación de interés colectivo está «mediatizada» por las nociones o definiciones de esa realidad alcanzadas por cada uno de los sujetos interesados en el tema. Y al mismo tiempo el control o propiedad de los medios de información puede ser la fórmula de anulación de las opiniones disidentes del grupo controlador.

Los conocimientos y las opiniones políticas de la actualidad dependen en gran parte del tipo de información que suministran los MIC. Para el Público General, sobre todo, constituye el principal y casi único instrumento de acercamiento a las cuestiones políticas⁶.

La referencia a la capacidad de control público a través del control informativo por grupos interesados es de sobra conocida. Pero descartadas las teorías ideologizantes sobre la consciente opresión política de los MIC, y ante la evidencia, en las sociedades plurales, del equilibrio informativo producido inevitablemente por la variedad de grupos con acceso a la propiedad de estos medios, se tiende a pensar que el peligro de una influencia unidireccional de los agentes intermediarios en la política queda disipado.

Es en este punto donde las comprobaciones empíricas aludidas con anterioridad constituyen la expresión y la prueba de que los citados medios son un agente más entre otros muchos de los que intervienen en el proceso político; y ni siquiera es posible atribuirles una significación homogénea, al existir una gran variedad de grupos de presión detrás de los diferentes centros de información industrializada. Con la apertura de los medios al libre acceso de cualquier individuo o grupo social, la batalla por la democratización y pluralidad de los mismos parecería concluída. De obtenerse este triunfo, cada día más cercano, podría decirse que las sociedades modernas

6. Jay BLUMLER, Roland CAYROL and Gabriel THOVERON, *La televisión, fait-elle l'élection— Un analyse comparative: France, Grand Bretagne, Belgique*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques. Paris 1978, pp. 59, 120, 176, 232 y 287. Alex ELDELSTEIN, *The Uses of Communication in Decisionmaking. A Comparative Study of Yugoslavia and the United States*, 1974, pp. 199-204.

cuentan por fin con el instrumento cultural necesario para la realización de una sociedad abierta y auténticamente de todos.

6. *La falacia de la libertad informativa.*

Sin embargo en los últimos años ha aparecido otro tipo de bibliografía dedicado a la descripción de los condicionantes internos y circunstancias de la producción de los mensajes ofrecidos por las redacciones periodísticas.

Aunque no en forma directa, esta revisión puntualiza que la capacidad de repercusión de tales medios en el contenido de la cultura o la política no queda eliminada por el simple hecho de la variedad de intereses de las distintas empresas informativas. Señalan que la influencia puede ser simplemente inconsciente o ajena a la voluntad de los que intervienen en el problema industrial de información, pero no por eso pierde importancia. Al revés, en cuanto que inconsciente o incontrolable puede ser todavía más grave.

Esta corriente de trabajos sociológicos coincide en la idea de que, por debajo de la aparente variedad de contenidos —periodísticos y no—, así como de intenciones ideológicas o económicas de las distintas agrupaciones del sector, subyace una fórmula homogénea de seleccionar y tratar las informaciones, que responde a imperativos industriales, comerciales, organizativos y psicológicos comunes a todas ellas.

En síntesis vienen a decir que los MIC, —con especial referencia a los de uso periodístico—, sólo llegan a informar de una mínima parte de lo que ocurre, realizan la selección por presiones ajenas a la propia importancia de los temas elegidos, operan de acuerdo con rutinas antirracionales, mantienen en conjunto la tendencia a un juicio consensuado en sus elecciones (noticias de moda, etc.), y se protegen del conflicto producido por hipotéticas informaciones más profundas aunque más comprometidas, bajo la coraza de la objetividad formal y las reglas del equilibrio neutro⁷.

7. David L. ALTHEIDE, *Creating Reality: How tv News Distorts Events* Beverly Hills, California 1976. Edward JAY EPSTEIN, *News from Nowhere: Television and the News*, New York, Vintage 1973. Timothy CROUSE, *The*

7. *El recelo científico ante las nuevas acusaciones.*

Tal literatura ha sido criticada en ocasiones por falta de rigor metodológico o dudosa representatividad en sus extrapolaciones⁸. Otras, por la excesiva atención a los condicionamientos de la organización y cierta miopía teoricista, incapaz de aceptar los cambios producidos en el funcionamiento de las redacciones durante las últimas décadas⁹.

Por mi parte me permito aludir a la dispersión y fragmentariedad de estos trabajos, limitados al análisis de casos y carentes de una evaluación de conjunto o de una clasificación final de todos los elementos observados en las distintas comprobaciones de campo. Lo que serviría para establecer la persistencia e importancia de cada uno en el contexto general.

Pero a pesar de todo ello, y aun admitiendo que todavía es factible una gran depuración en las técnicas y en los resultados obtenidos con esta estrategia, hay que recordar en primer lugar, que denuncian hechos comprobados en muchas redacciones y en habituales prácticas periodísticas; y segundo, que la variedad de procedencia elimina la sospecha de excepcionalidad en las rutinas de trabajo descritas.

8. *Una nueva base de comprensión de la repercusión sociopolítica de los MIC.*

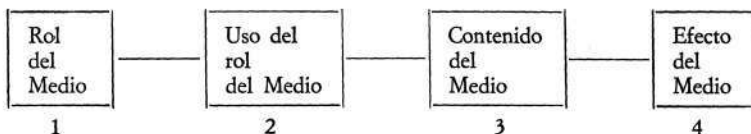
Es precisa una sistematización mejor de todos los condicionantes que limitan la definición periodística de la realidad. Pero importa aún más comprender que este tipo de investigación pone las bases para conocer con exactitud el *uso* que se hace del *rol político o social* antes atribuido a los medios.

Boys on the Bus, New York, Ballantine Books 1972. GAYE TUCHMAN, *Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity*, «American Journal of Sociology», 1972, 77-4, pp. 660-679. MICHAEL TRACEY, *The production of political TV*, Routledge and Kegan, London 1977. TRACEY, *The Production of Political TV*, Routledge and Kegan, London 1977.

8. PALETZ and PEARSON, *op. cit.*, pp. 73 y ss.

9. MICHAEL ROBINSON, *Future Television News Research: Beyond Edward Jay Epstein*, en W. Adams and F. Schreibman (eds.), *op. cit.*, p. 209.

De acuerdo con el esquema:



...podemos recordar que 3 y 4 han sido analizados con insistencia pero: Sobre los contenidos disponemos de una amplia descripción sin explicaciones causales. Sobre los efectos, sólo conclusiones ambivalentes. En cuanto a 1, su evidencia no va acompañada de una explicación más profunda y concreta, y por tanto queda estéril: Decir que los medios de uso periodístico son el canal protagonista de casi todas las relaciones de trascendencia pública en la actualidad, es poco, con ser importante, si no podemos añadir el modo o la significación de ese protagonismo.

Por ello falta analizar en toda su extensión un eslabón del proceso, y los análisis de «usos y gratificaciones» sólo habían proporcionado hasta la fecha la descripción —tampoco completa—, de uno de sus aspectos: el uso declarado que los públicos hacen del medio.

En ese sentido, la reorganización de las descripciones ahora disponibles sobre el modo de actuación de los grupos periodísticos puede proporcionar la definición concreta del uso real del rol del medio. Los límites estructurales o psicológicos en los que se mueve la definición periodística de la realidad son los que dan la exacta capacidad de acción de los MIC en el desempeño del rol político o social que sabemos que cumplen. A partir del conocimiento de su exacta capacidad de acción será posible entender por qué producen el tipo de contenidos que sabemos que producen, y, además, atribuirles una responsabilidad en los acontecimientos sociales actuales, con la suficiente seguridad.

II. LA ESTÉTICA DE LA NOTICIA CONTRA EL CONOCIMIENTO POLÍTICO NECESARIO.

9. *El concepto de noticia: clave de la naturaleza de la repercusión política de los MIC.*

El propósito general de este escrito reduce la posibilidad de una sistematización total de los elementos permanentes y esenciales del

actual sistema de utilización de los MIC en las sociedades occidentales.

Pero entre todos los condicionantes comunes a las organizaciones periodísticas en su proceso de manufacturación de la realidad en mensajes, hay uno que merece especial atención por ser, en mi opinión, la expresión y el aglutinante de los demás.

Me refiero al concepto de noticia y de información periodística que prevalece en estos medios de relación pública, e incluso al concepto de información en general que comparten la mayor parte de los MIC, incluyendo los mensajes de información no periodística.

Tal noción será la clave para comparar el concepto de *información política necesaria* con el de *información política existente*.

¿Qué es noticia? o ¿Qué es noticia de interés político? No hace falta insistir demasiado en el consenso generalizado acerca de la falta de una definición positiva del problema.

En su lugar parece también aceptado que noticia es un hecho infrecuente dentro del esquema de caracterizaciones frecuentes o usuales de la prensa y los periodistas¹⁰.

10. *Noticia o satisfacción de la curiosidad masiva y pasajera.*

Pero más profundamente puede decirse que la clave de la percepción de una noticia está en su *relevancia a simple vista* o relevancia primaria y psicológica. Relevancia psicológica significa la percepción de la importancia de una cosa que el común de las gentes puede descubrir con facilidad en condiciones normales o medias. Frente a esto puede existir otro tipo de relevancia más trascendente pero más difícil de comprender o de percibir por un gran número de personas. En cualquier caso la relevancia auténtica solo puede ser aquella más acorde con la realidad de las cosas, al margen del menor o mayor esfuerzo requerido para captarla.

La relevancia a simple vista, o «noticia a simple vista», reúne, en mi opinión, todos los condicionantes que con mayor insistencia in-

10. Paul Rock, *News as Eternal Recurrence*, en S. Cohen and J. Young, (eds.) *The Manufacture of News*, 1977, pp. 73-80.

fluyen en el proceso de información y definición de la realidad por los actuales MIC.

Una noticia que despierta con rapidez un gran interés sin gran esfuerzo:

1. Acelera el proceso de selección (condicionante industrial).
2. Resulta más acorde con las rutinas de trabajo estables (condicionante organizativo).
3. Es más fácilmente recibida por un mayor número de público, al ser el tipo de producto informativo al que la generalidad de la gente está acostumbrado (condicionantes psicológico y comercial).

Nadie puede negar que la naturaleza de las empresas periodísticas que hoy usamos (salvo excepciones muy concretas) es industrial, organizada conforme a reglas de protección grupal y de eficacia material, y puesta al servicio de una producción masiva que, por tanto, ha de lograr un producto apetecible para el mayor número abaricable de personas, de acuerdo con sus grandes posibilidades técnicas de alcance.

El rasgo de la comercialidad masiva no es ni siquiera exclusivo de las empresas con publicidad. También las de servicio público quieren llegar al mayor número de personas y a veces en competencia con las otras. Su comercialidad es la misma en el momento en que su interés de audiencia compite por el mismo objetivo. El condicionante de un producto neutro para un público heterogéneo es más fuerte, por lo común, en la más educativa y desinteresada cadena de televisión que en el más lucrativo y pragmático periódico local de minorías.

En consecuencia, tales organizaciones tienen en común estos tres tipos de condicionantes, aunque las formas de hacerles frente pueden variar. Sin embargo, lo que no ha variado es la más o menos inconsciente aceptación de que la mejor noticia es aquella que es percibida como tal con mayor celeridad y por la mayor cantidad imaginable de gente (relevancia primaria); precisamente porque es la que resuelve mejor cualquiera de los posibles conflictos causados por cada una de las presiones estructurales mencionadas.

Es en definitiva la información que reúne el mínimo común denominador de comprensión para un máximo común de gente, la que

tiene mayores oportunidades de ser seleccionada y difundida por los MIC, como se deduce de las descripciones hechas por el tipo de libros sobre la naturaleza del trabajo periodístico al que venimos aludiendo.

11. *Una discusión desviada acerca de la objetividad.*

La concepción de una objetividad formal en el estilo de selección y tratamiento de las informaciones periodísticas ha sido habitualmente el soporte inmediato de este tipo de informaciones pensadas en términos masivos, de acuerdo con los citados condicionantes.

Ser «objetivo» en el sentido de «neutro» es la mejor manera de evitar conflictos con la organización y con el público.

Frente a esta postura se ha formulado, y de hecho utilizado, una concepción participativa o comprometida del rol periodístico¹¹. Pero la disyuntiva entre un papel de espectador neutro o un agente comprometido con una determinada interpretación se ha circunscrito a esta «guerra de estilo», que aun siendo importante por la quiebra que supone de una visión monolítica, tampoco es suficiente.

En el fondo las críticas al mito de la objetividad no han aportado una alternativa al tipo de concepción de noticia que continúa existiendo. La falta de criterios claros de preferencia entre unos temas y otros, —o entre diferentes aspectos de un mismo tema—, impide la configuración de un plan consciente acerca de cuál es el tipo de información en general, e información política en particular, que el ciudadano necesita para cumplir los objetivos que declara. Y en consecuencia falta también, una noción precisa de la distancia entre esa aspiración y el tipo de mensajes existentes.

Pero aunque haya sido de modo inconsciente, ha permanecido y permanece una política de información en esencia compartida por la generalidad de los MIC, tal y como la deducción lógica de los condicionantes estructurales innegables permite afirmar.

Esa política consiste, según se ha dicho, en la primacía de un

11. John JOHNSTONE, E. SLAWSKI and W. BOWMAN, *The Profesional values of American Newsmen*, Public Opinion Quarterly, Winter, 1972-73, pp. 522-540.

tipo de información sobre la realidad social que puede suministrar una noción sumaria al mayor número accesible de personas, dentro de unas expectativas de curiosidad o interés también suficientes para el mayor número posible de audiencia —incluidos los periodistas—, en el menor tiempo posible.

Este tipo de noticia evita el «error» de un excesivo exclusivismo temático o de explicación que pudiera restringir el número de receptores para los que el medio trabaja con ratios industriales.

12. *Un concepto inconscientemente uniforme de información periodística.*

En la inconsciente o imprecisa noción actual de noticia subyace, por tanto, la idea de que la información difundida por un medio de tramamiento industrial será asequible por igual —dentro de ciertos márgenes de «economía psicológica» e «intelectual»—, para cualquiera de los componentes de su macroaudiencia.

La necesidad de que un medio de información difunda un producto informativo inteligible y atrayente para cada uno de los integrantes de una comunidad de 500.000 personas (por poner cifras mínimas) ilustra por sí sola, al margen de las comprobaciones empíricas a posteriori, la tremenda convencionalidad que es preciso utilizar para adaptar la variedad de datos de la realidad —con sus posibles explicaciones múltiples—, a ese resultado manufacturado que es pensado en función del *hombre medio*.

Podría objetarse que las empresas de información tienen mucha más variedad de la que aquí se les supone, o que son necesarias comprobaciones empíricas que apoyen lo dicho.

En tal sentido GALTUNG y RUGE¹² establecen la equivalencia de las reglas generales de la percepción física y psicológica con los aspectos habituales del valor noticioso observables en la mayoría de las informaciones periodísticas. La evidencia de que la mayor parte de las noticias siguen el mismo proceso de percepción general que los ruidos físicos constituye la conclusión más persistente de este

12. Johan GALTUNG and Mavi RUGE, *Structuring and Selecting News*, en Cohen and Young (eds.), *op. cit.*, p. 62-72.

análisis. También lo distintos elementos de valor periodístico de una noticia, usualmente citados por los profesionales, cumplen todos ellos con esta característica primaria de percepción.

Asimismo la bibliografía comentada sobre el estudio de las organizaciones periodísticas insiste, en casi todos los casos descritos, en el empleo de unas pautas de selección y elaboración de noticias que coincide por completo con dichas reglas.

No hay que negar que existen de hecho distintos medios de información, distintas audiencias, variedad de estilos, de intereses o de temas (otras corrientes interpretativas aluden aquí a una aparente diversidad rotatoria dentro de una cíclica y uniformada unidad de estilo¹³. Pero el rigor lógico demuestra que, ante la falta de unos principios editoriales o políticas informativas que afirmen y realicen algo distinto, la pauta más fácil de adoptar y más necesaria para superar con éxito el proceso de producción y difusión, es la aceptación de un valor informativo «masivo», y por tanto moderado, central, antiminoritario, y por encima de todo «antidifícil».

13. *Condiciones favorables a un concepto homogéneo de noticia.*

Es la regla de tratamiento la que uniformiza los MIC, a pesar de las posteriores diferencias de producto. Y esa pauta o concepción del valor informativo es la misma para la generalidad de las redacciones del mundo industrializado, sin ningún género de duda porque:

- a. los condicionantes estructurales básicos son comunes a todas, según se ha dicho.
- b. Ninguna empresa informativa de gran difusión (con macroaudiencia) ha formulado y puesto en práctica otra política informativa decididamente contraria a la preferencia de la *trascendencia psicológica* en lugar de la *trascendencia auténtica*. O...
- c. Ninguna empresa informativa de gran difusión ha tenido la

13. Theodor ADORNO, *The culture industry: Enlightenment as Mass Deception*, en James Curran, Michael Gurevitch and Janet Woollacott (eds.), *Mass Communication and Society*, London, Arnold 1977.

suerte de contar con una macroaudiencia consciente y decidida en la exigencia de una información de actualidad profunda y útil para la participación colectiva responsable. Hecho que por sí solo habría hecho «rentable» y «manufacturable» un tipo de información basado en la trascendencia auténtica, en lugar de la relevancia psicológica y estereotipada al alcance del hombre medio.

Otras dos circunstancias apoyan y perfilan esta concepción sobre la inconsciente pero uniforme tónica de información masiva en las sociedades industrializadas, con gran importancia desde el punto de vista de la repercusión política.

La primera de ellas ayuda a comprender el éxito multitudinario de un tipo de información que por ser convencional (adaptado al sintético hombre medio) debería producir grandes desajustes con la realidad y posteriormente su rechazo.

Es el fenómeno del marco ambiental en que el Público General suele recibir la información procedente de la prensa, la radio o la televisión. También el tiempo del día o de las actividades sociales destinado a la recepción de información de actualidad tiene su incidencia. Y la información periodística está destinada en exclusiva al tiempo de ocio.

La información producida por los MIC es una información para ser «consumida» en el ocio. La macroaudiencia lo acepta así y los empleados de los medios trabajan para crear un producto de ocio.

14. *Identificación entre ocio y noticia: clave de la debilidad informativa.*

Pero el ocio de nuestra civilización no tiene nada que ver con el concepto clásico de trabajo autónomo para la propia satisfacción o por solidaridad comunitaria, sino que se ha convertido simplemente en un tiempo de descanso¹⁴.

14. Cfr. Daniel BELL, *Las contradicciones internas del capitalismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1977. Sebastián DE GRAZIA, *Tiempo, trabajo y ocio*, Madrid, Tecnos, 1966, p. 303. Henri JANNE, *Moral de trabajo y moral de*

En consecuencia, los productos utilizados por el hombre medio en el ocio moderno solo pretenden ser productos de descanso. Pueden aportar una cierta utilidad marginal, siempre que la obtención de tal utilidad no requiera un esfuerzo marginal superior a los límites marcados para el descanso.

La información periodística o los telefilms son recibidos en ese mismo tiempo, entre otros productos también destinados a esa actividad. Y aunque sus utilidades marginales sean distintas, e incluso los motivos de cada integrante de la audiencia en cada caso, la información periodística, al igual que el resto, no puede rebasar su cota de dificultad, planteada en términos de descanso y por tanto de entretenimiento.

El objetivo sustancial de la información periodística es ofrecer un conocimiento de la realidad actual, y en ese sentido cumple el rol sociopolítico asignado de constituir el mejor canal o el más indispensable de rápida interconexión y diálogo social público.

Pero la auténtica dimensión de su rol (el uso de su rol) se descubre cuando se observa el *objetivo ambiental* que conlleva: información como actividad opuesta al trabajo y por tanto al esfuerzo inexcusable.

De ahí que pueda decirse que la información periodística explica los problemas políticos y sociales, pero nunca de manera que pueda ser considerada «anormal», de acuerdo con los criterios de que el periódico o el boletín de noticias se reciben durante el desayuno o en el descanso de la tertulia familiar.

También aquí podrá objetarse que hay grupos y personas que auscultan la información periodística dentro de su jornada profesional y entre sus actividades laborales más importantes. Para los grupos políticos y las administraciones la lectura del periódico, por ejemplo, no supone ninguna actividad de entretenimiento, precisamente.

Pero aun así suceden varias cosas:

- a. Que la mayoría de los boletines o periódicos están primariamente destinados a la audiencia general, dentro de las condiciones ambientales habituales en ella.

ocio: un nuevo tipo humano en perspectiva, en VARIOS AUTORES, *La civilización del Ocio*, Madrid, Ed Guadarrama, 1968. Josef PIEPER, *El ocio y la vida intelectual*, Madrid, Rialp, 1962.

b. Que aun en el caso de una atención más profunda, por intereses de grupo, ésta se debe más a las posibles repercusiones en el público general de la información publicada. El periódico en este caso no es una fuente de primera mano sobre un asunto. El experto lo conoce mejor. El dato periodístico vale más como un detector de lo que alcanzará a saber el público general y sus reacciones.

c. Que aun existiendo periódicos de especial eco entre las clases dirigentes —canal efectivo de comunicación política por tanto—, el propio interés de tales órganos de información en mantener ese rol, los convierte en medios de comunicación horizontal y restringida. Excepciones a la tónica general. Sin que ello signifique necesariamente una mayor calidad informativa en este caso.

En resumen puede decirse que la tendencia del periodismo a servir un producto pensado para el ocio moderno, dentro de los márgenes de penetración en la audiencia más amplia posible, obliga a un calculado equilibrio entre el cumplimiento de una utilidad social (rol sociopolítico de diálogo) y unas condiciones ambientales de olvido del esfuerzo trabajado.

Por esta razón la elección informativa basada en la relevancia primaria y psicológica, no sólo resuelve los condicionantes estructurales del medio, sino que además permite aunar estos dos objetivos sin dejar rastro de la gran contradicción.

15. *Ignorancia de la diferencia entre información política necesaria e información periodística existente.*

El segundo aspecto antes anunciado termina de perfilar la naturaleza genérica de la actual información servida por medios industriales. Consiste en la casi absoluta falta de reflexión pública sobre las condiciones necesarias de una información política suficiente (en términos de conocimiento político) y sobre las condiciones de recepción idóneas para obtener dicho conocimiento político.

Obviamente la información masiva descrita con anterioridad no puede ser buena y suficiente para la solución de los problemas y alternativas públicos. La explicación calculada para el individuo menos inteligente de la audiencia más amplia posible, y dentro de unas mínimas exigencias de esfuerzo de involucración y comprensión, no puede ser la mejor explicación deseable sobre un problema social.

Pero esta situación, fácil de entender no recibe ningún tipo de reconocimiento expreso. El público en general asume una información política que considera aceptable para su vida de relación política, a juzgar por la seguridad con que suele defender sus opiniones así formadas. Al mismo tiempo, las condiciones que inconscientemente impone —o que acepta por rutina—, en su ambiente de recepción, impiden que su conocimiento político y su responsabilidad política tengan el valor de utilidad pública. En esta paradoja, propiciada por los medios, se encierra la más persistente repercusión política de los MIC.

No parece que en nuestras sociedades la recepción de información de actualidad haya sido considerada, no ya como una oportunidad, sino como una obligación esforzada en consonancia con los derechos de participación que dicen tenerse. No parece que haya medios industriales de información con auténtico compromiso por la selección de los datos más importantes en términos reales sobre las cuestiones de trascendencia colectiva. Lo último les obligaría a ofrecer la información más trascendente a pesar de ser más larga, o más monótona, o más reiterativa.

Tampoco parece que haya medios que anuncien este tipo de política informativa (una información para estudiar y meditar, no para tener una idea rápida y miscelánea de cuatro temas de moda). La advertencia al menos serviría para tomar conciencia de la diferencia entre el tipo de información política que existe y el tipo o los tipos que podrían existir.

Anthony Smith habla de la necesidad de introducir en las escuelas el estudio de la importancia de los actuales medios de comunicación¹⁵. Desde luego hace falta enseñar a la sociedad a comprender qué tipo de información en última instancia estamos recibiendo de ellos; y qué otros tipos podríamos recibir.

Puede arguirse que los medios periodísticos no están destinados a dar definiciones de cátedra sobre los problemas sociales, políticos o económicos; que para eso están los libros y las universidades. Pero en ese caso los medios periodísticos deberían recordar sus limitaciones; advertir que su información es estereotipada y sujeta a circunstancias industriales de producción; que la realidad política o los

15. A. SMITH, *op. cit.*, p. 36

aspectos cruciales de la misma no pueden ser juzgados a partir de tal producto.

Sin embargo, según las estadísticas antes recordadas y una impresión bien extendida, una gran parte de los componentes del Público General adopta sus opiniones políticas reales —traducidas en votos o en manifestaciones—, a partir de esa manufacturada imagen periodística. No de los libros ni de las Universidades.

III. LA DESTRUCCIÓN DE LA DEMOCRACIA RESPONSABLE POR LA PSEUDOCOMUNICACIÓN PERIODÍSTICA.

16. *Necesidad de una información política para la participación responsable.*

Tal vez sea imposible escribir a diario una explicación suficiente para un conocimiento político responsable, no tanto de los datos como de las ideas que están en juego. Pero en cualquier caso, el intento de lograr algo parecido sólo puede surgir tras mencionar públicamente (por algún medio, o por algún grupo de audiencia) el deseo de lograrlo: Enunciación de una auténtica política de información para la participación ciudadana responsable.

Esto, asimismo, supondría advertir que el nuevo medio, o el nuevo uso del medio, exige esfuerzo en la recepción. Sin que esfuerzo tenga por qué significar dificultad o cripticismo gratuito. Tan sólo conciencia de que la mejor información política rara vez coincidirá con la más entretenida. Y dicho esto, mantener el programa de servir más a lo primero que a lo segundo.

Mientras esto no ocurra, mientras no haya modos alternativos de usar los medios periodísticos, el empleo del rol político de los MIC estará limitado y homogeneizado por presupuestos únicos que ni siquiera parecen ser percibidos como tales.

Sería preciso distinguir entre un empleo de los MIC para el ocio de entretenimiento y otro más acorde con el ocio clásico, que supone un compromiso con el conocimiento de las cosas en lugar de con el ambiente de descanso. Esta segunda alternativa obligaría a adaptar los medios a las exigencias impuestas por una explicación completa de los temas. En su lugar tenemos unos medios de infor-

mación que adaptan la definición de los temas a las necesidades estructurales de producción.

Es evidente que cuanto mayor sea la complejidad de un medio, con mayor dificultad admitirá reestructuraciones, y sus condicionantes organizativos serán más acusados. Por ello hay que plantearse la pregunta de si los MIC, por la complejidad de sus objetivos, pueden admitir una reestructuración suficiente para cumplir en rigor su papel político, sin renunciar a otras funciones que ahora también pretenden cumplir. Al menos sería preciso utilizar algunos medios sólo para el primero de los fines.

17. *El peligro político adicional de la ignorancia de la distorsión.*

Queda dicho también que este generalizado proceso de opinión a partir de un conocimiento cuando menos insuficiente, se produce en medio de una mínima consciencia de la distorsión.

Las ventajas materiales de alcance y la evidencia de la profusión de datos de actualidad proporcionados por los MIC, e incluso su variedad, inclinan a pensar que el papel político y social que representan queda de sobra cumplido.

La inexistencia de cualquier fórmula alternativa de información política, dentro de las mismas ventajas técnicas (por ausencia de una política alternativa de información) contribuye a convencer de la indispensabilidad sociopolítica de aquellos. El mejor ejemplo lo proporciona la sensación de desinformación durante una huelga general y continuada de medios de comunicación.

En resumen puede afirmarse que frente a las deficiencias de información teóricamente deducidas, y comprobadas a menudo en la práctica, la aceptación de la información periodística en condiciones de entretenimiento, como fuente primordial de participación pública, revela una gran falacia de nuestro momento cultural. - - -

El fácil acceso a una información abundante, que a primera vista parece suficiente para elaborar todo tipo de opiniones (sin olvidar su gran contribución a la elevación cultural de un gran contingente de población), ha creado una impresión optimista muy superior a las auténticas posibilidades brindadas por tal información.

18. *La nueva mitología democrática.*

Los MIC han hecho factible la democracia desde el punto de vista material. Han permitido que toda la comunidad política tenga acceso a una abundante información sobre los problemas y las alternativas en juego; que pueda intervenir incluso en el diálogo público abierto gracias a ellos. En ese sentido bastantes de las limitaciones clásicas de una democracia oligárquica han sido superadas.

Pero la confianza y uso casi exclusivo de los MIC como principal canal de comunicación política pública —con un protagonismo superior al de los Parlamentos y los discursos ante auditorios—, ha significado algo más: Ha hecho verosímil la democracia sin llegar a ser verdadera. Permite creer a un gran sector de la población que el lector tiene, gracias a los MIC, los conocimientos suficientes para opinar y decidir, desde su nivel de participación, en las cuestiones de interés colectivo. Se ha generalizado la creencia de que el hombre de estas sociedades está en mejores condiciones para opinar, y prueba de ello es la mayor vehemencia con que se exige respuesta a las demandas populares.

Sin embargo, la *verosimilitud* de la democracia no equivale a su *autenticidad*, y ni siquiera a la *utilidad* social de una forma de gobierno.

Si los clásicos definían la Retórica como el arte de hacer verosímiles las cosas, y la Filosofía como el camino de encontrar la verdad¹⁶, los MIC constituyen la fórmula retórica más efectiva de hacer verosímil la democracia sin necesidad de que ésta exista (democracia entendida en el sentido de participación libre y responsable de todos los ciudadanos).

Gracias a los MIC existe el medio *aparente* de conocer la realidad de interés colectivo para decidir sobre ella. Pero en segundo término suele quedar la evidencia de que, como dice el filósofo Carlos CARDONA¹⁷, el comportamiento del hombre moderno parte más de informaciones que de realidades. En el caso de los MIC además,

16. ARISTÓTELES, *Retórica*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1971, Libro I, 2, pp. 10 y ss.

17. Carlos CARDONA, *Raíces del escepticismo contemporáneo*, «Palabra», 1976, n. 132-133, p. 263.

estas informaciones están estrictamente pautadas por las condiciones de producción y de recepción de las que hemos hablado.

Cuando esto se olvida —y el clima de aceptación de los MIC como órgano principal del diálogo político tiende a olvidarlo—, puede aceptarse que las opiniones o las decisiones sobre la realidad tomadas con tales informaciones son razonables. Pero tales actuaciones pueden resultar desastrosas, dadas las condiciones reales, tal vez bien diferentes de las supuestas.

19. *¿Caos social o maquiavelismo demagógico?*

La clase política o conjunto de personas que por dedicación directa gozan de otras fuentes de información política tienen dos perspectivas ante tales circunstancias:

1. Adoptar decisiones formalmente democráticas, en consonancia con la voluntad surgida del pueblo periodísticamente informado; con el consiguiente riesgo de malas decisiones provocadas por informaciones deficientes, o...

2. Decidir autoritariamente, en función de sus fuentes más fidedignas de información, rompiendo la expectativa popular y la democracia formal.

Tal disyuntiva no es nueva. A lo largo de la Historia y según las ideologías se ha preferido una u otra de estas opciones.

20. *La paz de la retórica y la responsabilidad política de los MIC.*

Sin embargo, la retórica de «democratibilidad» propiciada por los MIC, en su configuración actual, permite un sutil juego intermedio: facilitar el flujo de informaciones y opiniones favorables a los intereses del grupo con capacidad de control de tales medios, y silenciar los mensajes que puedan resultar perniciosos.

La investigación sobre el fenómeno «agenda-setting» ha dejado bien claro que la influencia de los MIC —sin necesidad de pensar en una conexión interesada entre medios periodísticos y grupos políticos—, se refiere más a su capacidad de ofrecer temas sobre los que opinar, que a un poder de cambio de opiniones. Por ello, la

«tranquilidad» de un conocimiento político sentido como suficiente, puede ser la principal aportación política de tales medios. Mientras, el desequilibrio con la información oculta, especialmente con las explicaciones ocultas (por carencia de canales de comparación, salvo en el caso de pertenencia a las élites dirigentes), puede quedar en el olvido.

En mi opinión, esta ruptura entre la información política existente y la información política útil o necesaria, junto con la falta de mentalización acerca del mismo, constituye la principal responsabilidad política de los actuales MIC y el factor de influencia de tales medios en los malestares políticos más denunciados en la actualidad.

En cada actividad profesional las decisiones del grupo involucrado y de las personas necesitadas de su servicio dependen de la exacta comprensión de los problemas y de la adopción de la respuesta más conveniente. Por ello no se regatea el esfuerzo empleado para recoger y elaborar la información más exacta. Ningún profesional se contentaría con una información genérica o poco pesada. Tampoco ningún cliente aceptaría a un profesional que examina los temas de su incumbencia como si se tratara de una distracción. El conjunto de conocimientos necesarios para construir un puente u operar a un enfermo no pueden ser elaborados y presentados en función de la inteligencia del menos dotado de los aspirantes a la profesión. Tampoco existe el interés primario de que alcance la profesión el mayor número posible de personas. La selección y política de información actúa en todos estos casos exactamente al revés: primero es la información más exacta posible, y en función de su complejidad o dificultad, el acceso a su comprensión y utilización estará más o menos restringido.

Pero en política, y sobre todo en política democrática, se parte ya de una aspiración totalizante por razones éticas: Todos los hombres tienen el derecho y el deber de participar en las decisiones sobre su destino colectivo. No se trata ahora de poner en duda este noble principio, pero sí de destacar la gran contradicción que es preciso salvar para obtener un resultado político, a la vez justo y útil. Para que la acción colectiva sea útil y justa no basta que sea de todos, necesita además contribuir en objetividad al bien común, ser lo más acertada posible de acuerdo con las auténticas necesidades.

Resolverlo puede ser difícil, en cierto sentido imposible, pero desde luego, la única manera de trabajar por conseguirlo es mantener el problema bien a la vista; insistiendo en el incremento del nivel cultural de la sociedad y —más importante—, del esfuerzo serio por abordar los problemas políticos con el más profundo y exacto conocimiento de causa, en la medida de las posibilidades de cada cual. Sólo así la solución de la paradoja democrática estará más cerca.

Con la atribución del servicio de información política al actual sistema de información periodística y su concepción de actividad trivializada se contribuye a olvidar tal principio. Así ocurre desde que el motor de la producción periodística es la creación de un producto sometido al equilibrio entre el mayor número posible de receptores en condiciones de mínimo esfuerzo de recepción, y no adscrito, en cambio, a la más exacta explicación de los temas de auténtica trascendencia social.

21. *Las vías de influencia de la retórica periodística.*

Se ha dicho que la utilización de los MIC puede influir en los siguientes procesos políticos fundamentales:

1. Influencia en las opiniones y elecciones escogidas por cada receptor en particular.
2. Sobre los modos de procedimiento político y sobre los procesos democráticos mismos, con posible repercusión en las pautas de conducta política.
3. Sobre las relaciones existentes entre los participantes del proceso político¹⁸.

Cada una de estas líneas de repercusión tendrán resultados diferentes según los países, sucesos implicados y muchas otras circunstancias. Pero el análisis aquí propuesto acerca de la esencia de tal efectividad revela que la clave de todas estas transformaciones

18. Denis McQUAIL, *Efectos de la televisión en la política*, «Nuestro Tiempo», 1977, Pamplona, n. 281, pp. 10/11.

potenciales consiste en el sometimiento de las principales actividades políticas a la apariencia de que el principal órgano de información pública sobre los temas de interés colectivo es y debe ser la información periodística.

Tal retórica política está en la base de los comportamientos de trascendencia pública de nuestro tiempo y constituye en mi opinión una gran falacia que es preciso desenmascarar. La falacia consiste en pensar que nunca antes hubo mayor comunicación entre los hombres y conocimiento público sobre cualquier tipo de realidad, y que tal comunicación ha sido posible gracias a los MIC.

En su lugar me atrevo a decir que los MIC, con su actual configuración genérica, aportan más pseudocomunicación y pseudoconocimiento que otra cosa. Con los consiguientes trastornos que ha de causar tal distorsión en el caso de no ser percibida.

Algunos de los problemas políticos más persistentes en las sociedades industrializadas actuales pueden ser mejor comprendidos desde la óptica aquí propuesta. No se trata de atribuirlos por completo a la influencia de los medios citados, pero sí de comprender su responsabilidad en los mismos. Y la ventaja de la deducción teórica utilizada consiste en obtener una respuesta razonada sobre el cómo y el por qué de esta influencia.

22. *Responsabilidad de los MIC en la sintomatología política actual.*

En 1977 la Fundación Internacional de Ciencias Humanas denunciaba en su coloquio sobre sociología política en los países democráticos los siguientes síntomas de desvitalización del sistema:

1. Agravación de la concentración del Poder
2. Crisis de la representación
3. Crisis del individualismo
4. Escepticismo o apatía política¹⁹.

19. Pierre AVRIL, *L'adaptation des institutions politiques*, and Edward SHILLS, *The new moral pattern and order of society* en: VARIOS AUTORES, *Les Democraties Occidentales: Craintes et esperances*, 1977, Fondation Internationale des Sciences.

La concentración de Poder era explicada por la alta profesionalización de la actividad política que separa profundamente a los miembros de la Administración de los simples ciudadanos. La representación entra en crisis por la pérdida de influencia de las Cámaras en relación con el Poder Ejecutivo, y por la percepción de una representación totalizante y abstracta; con el único punto habitual de referencia de la votación estereotipada acerca de símbolos globales de partido. El individualismo de la intervención desciende en la misma proporción en que aumenta el desencanto ciudadano por la participación en unas consultas políticas que sólo se ofrecen cada cuatro o cinco años, sobre alternativas cerradas.

En todos estos problemas puede analizarse la contribución de los medios, aunque aquí sólo sea posible mencionar las líneas generales sin entrar en detalle.

La profesionalización y alejamiento de la política real del conocimiento ciudadano estaría en apariencia paliado por la información general suministrada por los MIC. Pero es necesario insistir en que esta impresión puede ser la mejor arma para alejar todavía más de los simples mortales, las esferas de conocimiento de los políticos profesionales. Para el Público General la información periodística puede aportar la tranquilidad acerca de su información política. Para el político conocedor de la auténtica realidad —si está en condiciones de participar en el diálogo periodístico—, significa mantener lejos de la curiosidad pública cualquier actividad debidamente arropada con la calificación de «compleja».

La pérdida de influencia de los Parlamentos está también en condiciones de quedar camuflada por el «vedettismo» otorgado por los medios periodísticos. (Aunque en USA, por ejemplo, la mayor atención se dedica a figuras del ejecutivo y no al Congreso por otras razones políticas explicadas por ejemplo por Doris GRABER^{19 bis}). Tal impresión se incrementa bastante en el caso de retransmisiones en vivo. La inequivalencia entre la atención ciudadana otorgada y su influencia real en las decisiones sería una segunda fuente de «distracción» política.

19 bis. Doris GRABER, *Mass Media and American Politics*, 1980, Washington, Congressional Quarterly Press, 1980, pp. 208 y ss. «The Media and Congress».

Asimismo, la representación fluida, la participación individual en los debates sociales y la propia conciencia de una información suficiente al alcance de todos, están en condiciones de ser sustituidas —de persistir el concepto de información periodística denunciado—, por un espectáculo de la política.

23. *El resultado lógico: la política como espectáculo.*

La retórica imperante, según la cual los temas más importantes son los que reciben cobertura periodística, obliga a pensar que la mejor forma de alcanzar atención y respaldo popular consiste en lograr un eco o visibilidad periodística.

Por ello, la lucha por el poder está planteada a menudo en nuestra época en términos de lucha por el poder de informar. Y más que por el control de la propiedad de unos medios técnicos u organizativos, el combate se refiere a la capacidad de atraer la atención de los que redactan y difunden las informaciones.

Los grupos y personas con intereses políticos saben mejor que nadie en qué consiste la unidad de demanda informativa de más éxito. Luchan por recibir más atención que sus contrincantes. Y ante la evidente desproporción existente entre la cantidad de «actos informativos» y la capacidad de selección de los MIC, o de atención del público, han de basar sus intervenciones en una fuerza, real o simbólica, que capte la atención de la audiencia (periodistas y público) por encima de otros posibles reclamos.

En estas condiciones es la atención instintiva, la curiosidad psicológica o primaria, la que reacciona antes. Y por ello se comprueba, desde esta otra vía, que la noticia basada en la relevancia inmediata, perceptible por el mayor número de personas en los niveles más bajos de percepción activa, es la que tiene más ventajas para imponerse. La personalización en símbolos y actores que representan un drama, y un diálogo adaptado a las posibilidades escénicas del medio, son el resultado normal.

El periodista asimismo se enfrenta a un par de condicionantes que le ponen en mejor situación de reforzar o contribuir a la primacía del conocimiento político anecdótico. Por un lado está su necesidad de servir a un público concebido en términos de rendimiento masivo; por otro la importancia de mantener unas buenas

relaciones en general con los políticos, al ser éstos una fuente capital para su trabajo.

Es fácilmente perceptible la tendencia hacia una simbiosis de procedimientos retóricos entre políticos (o cualquier persona empeñada en adquirir relevancia pública) y periodistas.

Los primeros creerán estar utilizando a los periodistas para sus fines de captación del Público General; mediante el empleo de las construcciones informativas más fáciles de recoger por los profesionales de los medios. Los periodistas a su vez aceptarán la ausencia de críticas frontales a los «actos periodísticos» premeditados, por ser la mejor forma de mantener abiertas las fuentes informativas vitales.

Este juego, surgido de la concepción imperante del valor noticioso, contribuye a mantener buena parte de las actuales degeneraciones del sistema democrático en particular y de la política en general.

Sus leyes retóricas abocan, por un lado, a la homogeneización de las ofertas políticas y la pérdida de las diferencias ideológicas o de programa, mediante un fenómeno llamado «tendencia hacia el centro»²⁰. Todos los grupos necesitan utilizar idénticos medios de atracción pública sometidos a similares condicionantes de información industrializada.

Pero además, la tendencia a la uniformidad frena en un primer momento la capacidad de acceso al conocimiento público de los grupos radicales, o minoritarios, al no estar en condiciones de ofrecer un mensaje fácilmente sintonizable por una gran audiencia.

Sin embargo, las leyes de la atención periodística, al ser más espectaculares que ideológicas, están abiertas a todos. Los radicales conquistan su espacio escénico creando otro fenómeno patológico de actualidad: el terrorismo (en el que por supuesto existen otras razones extraperiodísticas). La utilización del terrorismo es una de las mejores condiciones de representación de un conocimiento político reducido a los símbolos, los protagonistas, el drama y las emociones; carente de discusión ideológica. Constituye el resultado más irracional pero también más nítido de la fuerza de la dramatización.

20. Stuart HALL, *Culture, the Media and the «ideological effect»*, 1977, en Curran et al. (ed.), *op. cit.* Denis MCQUAIL, *op. cit.*, pp. 14-16.

Y también la comprobación de que en las condiciones de atención psicológica primaria, es el mejor tipo de noticia²¹.

Por la vía pacífica de la noticia personalizada y espectacular, o por la vertiente traumática de los actos violentos se demuestra la mayor atracción periodística de los mensajes que apelan a los sentidos, en lugar de al entendimiento.

24. *La insensibilidad del espectador periodístico.*

La desilusión y desinterés por la política será la resultante habitual de una información dramatizada y entretenida que invita a la contemplación curiosa pero elimina las referencias a la reflexión y el esfuerzo de participar en acciones políticas sostenidas (más duraderas que una manifestación simbólica).

En el caso del relato de catástrofes o desórdenes, puede suceder además que el esfuerzo periodístico de servir las imágenes y narración del drama sugiera al espectador que las instituciones sociales han hecho un esfuerzo paralelo por resolverlo. Por el simple pensamiento de que la Administración habrá arreglado algo que todo el mundo sabe que ha pasado. En esta asociación de ideas la secuencia pública de atención suele ocupar el tiempo periodístico de unos cuantos días, mientras que el proceso de resolución, mucho más lento, desaparece del interés ciudadano, como explica Furio COLOMBO²². A partir de ese momento la Administración habrá de trabajar en silencio, o por la fuerza del silencio, dejará de trabajar en la resolución del problema.

Desde otro punto de vista, el incremento de la desilusión política puede ser apoyado por los medios periodísticos al difundir una información que en su facilidad artificial no sirve para comprender la realidad social, o bloquea la capacidad de comprender los temas más complejos. Por una noción de autoincapacidad se produciría un

21. Cfr. J. BOWYER BELL, *Terrorist scripts and live-action spectacles*, 1978, *Columbia Journalism Review*, 1978, June. Walter LAQUEUR, *Terrorisme*, P.U.F. Paris, 1979, pp. 11-12, 120, 235, 240.

22. Cfr. Furio COLOMBO, *Television, la realidad como espectáculo*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1976, pp. 28-37.

rechazo de la participación en cuestiones que se revelan confusas para la mente del espectador. Este llegaría a considerarse incompetente o desinteresado en participar, como revelan las pruebas realizadas por Michael Robinson y su teoría del «Videomalestar»²³, de plena vigencia a pesar de ciertas rectificaciones metodológicas sugeridas por otros investigadores más recientemente²⁴.

IV. AUSENCIA DE POLÍTICAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA.

25. *Un conocimiento político sin medios democráticos de expresión. Conclusión final sobre la responsabilidad política de los MIC y el método teórico utilizado.*

Mientras tanto los procesos políticos lentos y complejos quedan fuera del diálogo popular. Hasta que no alcancen su punto climático periodístico carecerán de un órgano técnico multitudinario que los difunda.

La agenda impuesta por los medios influye más allá del tema elegido y el silenciado: impone un mecanismo de reflexión política igual para todos ellos: una comprensión política que sólo puede percibir los fenómenos, pero no las razones de los mismos.

La cultura política propiciada está desequilibrada en favor del primer aspecto. Contribuye a la pérdida de la noción de que los cambios sociales más definitivos sólo se consiguen tras múltiples negociaciones y por sedimentación de muchos factores puestos en evolución.

Sin embargo, el fácil impacto del fenómeno momentáneo incita aún más a la comisión de nuevos fenómenos momentáneos. Una política informativa de hechos sólo puede incitar a cometer nuevos

23. Michael ROBINSON, *Public Affairs, television and the growth of political malaise: The case the selling of Pentagon*, «American Political Science Review», Junio, 1976, pp. 410/431.

24. Arthur MILLER, Edie GOLDENBERG, Lutz ERBING, *Type-set politics: Impact of newspapers on public confidence*, «American Science Review», March, 1979, vol. 73/1, pp. 67-84.

hechos inmediatos, pero no a explicarlos o a mantener líneas inteligentes de comportamiento público. De ahí que la aparición ante los medios periodísticos constituya una obsesión y una postura de fuerza a la que se exige contestación inmediata. Las manifestaciones son otra expresión típica de acciones simbólicas y no reales de reforma, en gran parte pensadas para este diálogo periodístico de hechos.

Estos son los temas que están en la superficie. No es extraño que la generalidad del público alcance un conocimiento minusválido. Muchos otros aspectos de la política quedan en la sombra; el concepto de negociación es probablemente uno de los más afectados. El Público General carece de un órgano democrático de preparación para una participación responsable y completa. Esta, si existe, queda en manos de quienes disfrutan de otros medios.

Y esa es la gran responsabilidad de los actuales medios periodísticos. Sus capacidades son maravillosas, pero el uso que de ellas se hace, según ha sido aquí descrito, contribuye de modo principal —y sin olvidar otras ventajas en comparación con épocas pretéritas—, al conjunto de deficiencias y malestares políticos expuestos. Su efectividad, teóricamente deducida, es ésta. Aunque siempre será corregida por otros factores, no por ello puede olvidarse la conveniencia de corregir el medio periodístico en sí mismo. Porque como también se ha dicho, el medio o soporte impone ciertas condiciones desde el principio, que sólo con gran dificultad podrán ser resueltas en el resto del proceso de una creación cultural, como es el comportamiento político.

Es necesario reunir un mayor número de pruebas acerca de la validez o cambio de significación de las afirmaciones sobre el escaso valor de la información periodística (tarea que corresponde en gran parte al análisis de contenido), pero la reflexión teórica aporta el convencimiento de que si la primera premisa es cierta, la repercusión del medio no puede ser distinta de la expuesta ahora.

Por eso, en una tarea de predicción social es necesario tener en cuenta estas consecuencias lógicas o teoréticas, para intentar establecer una auténtica política de comunicación democrática²⁵. Este nuevo concepto no puede afectar sólo a la tradicional discusión so-

25. L. S. HARMS, *An emergent communication policy science: context, rights, problems and methods*, «Communication», 1980, vol. 5, pp. 65-87.

bre el control y la libertad de las empresas periodísticas, sino también a la naturaleza de los valores de noticia, la jerarquía de las funciones asumidas, etc. De nada vale el cambio de control si el medio opera de la misma forma y la audiencia lo emplea igual.

Para justificar la necesidad de esta nueva concepción ha sido utilizada aquí la reflexión teórica. Ella es tan indispensable como la empírica, si se quiere construir una sociología válida. Pero apoyando la una en la otra como sugiere BLUMLER con su idea de reunificación del análisis teórico y empírico²⁶.

Desde esa aspiración, la argumentación presentada ha querido apoyarse en datos observados. Sin olvidar que nuevos análisis empíricos deben contrastar en todo momento el cumplimiento o variación de lo dicho.



26. Jay BLUMLER, *Teoria e ricerca sui mass media in Europa e in America. Gli obiettivi della ricerca sulla comunicazione di massa: una prospettiva transatlantica*, «Problemi de L'Informazione», Abril-Junio, 1979.