

REPENSAR LA PRENSA

ENRIQUE GIL CALVO, JAVIER ORTIZ Y MANUEL REVUELTA

Debate - Madrid, 2002. - 213 p.

El diario *Le Monde* eligió "reinventar la prensa" como lema de un coloquio que organizó con motivo del quincuagésimo aniversario de su nacimiento. Es un concepto que se viene manejando en los últimos años ante la situación de crisis por el que atraviesan los medios impresos en el mundo occidental. Si se tiene en cuenta que uno de los autores del libro, Manuel Revuelta, trabaja en *Le Monde diplomatique*, no parece arriesgado decir que el título, "repensar la prensa", se parece bastante al del evento del periódico francés. Además, Revuelta es el único de los tres autores que desarrolla, aunque muy de pasada, lo anunciado en el título cuando escribe que "no es fácil repensar la prensa. Conlleva a una andadura bajo el signo de la ambigüedad y la obviedad, a través de un camino, a la vez trillado y minado, en el cual la posible meta está en el arranque". El título de la obra induce a creer que, tras un análisis de la actual situación de la prensa, los autores van a intentar aportar una serie de argumentos, o al menos, algunas hipótesis de trabajo, sobre las coordenadas en las que se debe mover la prensa si quiere salir a flote, pero, no es así, ni mucho menos. Hay que señalar que el concepto prensa en el libro engloba a todos los medios de comunicación lo que provoca confusión.

Aunque el libro está perfectamente delimitado en tres apartados que corresponden a los tres autores el mismo, sin embargo, su contenido, su argumento responde a dos conceptos fundamentales: las servidumbres y los condicionamientos a los que, cada vez más, se ven sometidos los medios de comunicación que ponen en tela de juicio su credibilidad. No obstante, hay una notable diferencia entre la primera parte escrita por el profesor de Sociología en la Complutense, Gil Calvo, y la segunda y tercera redactadas por los periodistas Javier Ortiz y Manuel Revuelta. Gil Calvo se ha metido en un terreno que, al menos aparentemente, le viene ancho y, además, contra la norma de cualquier trabajo sociológico, cargado de prejuicios. Muestra, desde las primeras líneas, una total animosidad contra Pedro J. Ramírez "por su extraño poder para manipular la realidad, transformando con verosimilitud las apariencias hasta convencer a la opinión pública de la veracidad de sus espejismos". En otro apartado compara al director de *El Mundo* con Rasputín "dada su paralela capacidad de jugar con nuestra opinión pública derribando gobernantes, imponiendo a sus sucesores y adquiriendo una excesiva influencia moral sobre el entorno del presidente Aznar". Toca demasiados palillos en un espacio muy reducido. Hay una serie de afirmaciones en esta parte del trabajo sin el suficiente rigor probatorio. Así, se afirma que la "prensa española actual nació con la transición...y sigue siendo una prensa de guerrilla, o sea una prensa sesgada, tendenciosa y de partido, sea cual sea su factor y calidad técnicas". "Exorcistas de escándalos" es el título del apartado escrito por Gil Calvo que, como se puede observar, es lo suficientemente expresivo como para ver en él más corazón que razón.

La segunda parte del libro es obra del periodista Javier Ortiz, que fue subdirector y responsable de opinión de *El Mundo*, y está escrita en un lenguaje desenfadado y su lectura resul-

ta de un cierto interés para quienes no conocen los obstáculos que a diario tienen que sortear los medios de comunicación para informar con un mínimo de dignidad. Avisa ya desde la primera línea de este apartado que "la manipulación informativa existe desde el nacimiento mismo de la información". Expone con nitidez aquellos hechos que condicionan la independencia de los medios entre los que cita la publicidad, el accionariado, el propio público al que se dirige el medio y las fuentes, aspecto éste muy importante y que también desarrolla Manuel Revuelta en la tercera y última parte de la obra. Abunda el autor en ejemplos en los que opinión e información cada vez se dan mas entremezcladas. "Los periódicos, escribe Ortiz, las emisoras de radio y las cadenas de televisión no difunden las noticias a palo seco...las opiniones, incluso las de más grosero partidismo, campan a sus anchas por los espacios teóricamente destinados a la información. Nadie se corta ya un pelo. Ni siquiera los medios que se pretenden más serios. Publican titulares que tienen más carga opinante que muchos editoriales". Otro aspecto que puede suscitar curiosidad y hasta resultar novedoso para quienes no conocen los entresijos de los medios de comunicación es el referido a la "complicidad entre el poder político y algunos representantes del poder mediático que llega hoy a extremos que hace apenas unos años habrían resultado inconcebibles. La mecánica es relativamente simple: determinados medios influyentes ponen en circulación con aire de espontaneidad una idea, los políticos se hacen eco de ella rápidamente, la prensa se hace eco del eco de los políticos, los informativos lo reflejan, las tertulias lo comentan y, en cosa de nada, ya está en marcha el clamor popular deseado". No por sabido, pierde interés la parte que Ortiz dedica al "mito de la gobernación a golpe de sondeos", que no es otra cosa que la manipulación a la que son sometidas las encuestas.

La tercera parte de la obra escrita por el periodista Manuel Revuelta que trabaja en la edición española de *Le Monde diplomatique*, y cuyo título, "El planeta de la mentira", indica, en parte, el camino que va a recorrer su discurso. El trabajo de Revuelta es el que más se ciñe al título general del libro "repensar la prensa", pero tampoco aporta novedades en este sentido. Dice el autor que "es opinión extendida que la prensa escrita está en crisis. Está conociendo, en varios grandes países democráticos, una baja notable de difusión y sufre de una grave pérdida de identidad". Y se pregunta "¿Cómo y por qué hemos llegado hasta aquí?" Pero no tiene respuesta. Quizás lo más interesante del trabajo de Revuelta esté en la enumeración de una serie de acontecimientos, como los del 11 de septiembre, la anterior guerra del Golfo, Rumania, Los Balcanes, Somalia, que han sido manipulados por los grandes medios de comunicación. Narra la maquinaria con que cuentan los centros de decisión norteamericanos para que salgan en los medios las noticias, los mensajes que les convienen. "El Gobierno (americano) tiene más de 13.000 personas trabajando en relaciones públicas, más de 3.000 sólo en el Pentágono, y su misión es dar material a los periodistas. Sólo la Casa Blanca y el Pentágono celebran dos conferencias de prensa diarias, y una el Departamento de Estado. La Casa Blanca envía cada día de 15 a 20 noticias a las agencias; y los militares, con ganas de ganar esa guerra de la opinión pública, incluso la sobrepasan".

El libro no responde al título y está escrito en clave negativa de modo que los no avezados en el mundo de la comunicación pueden concluir que más vale no acercarse a ellos porque están

total y peligrosamente contaminados. Los que transitamos por esos lares sabemos que "no es eso", "no es eso". Entre condicionamientos, servidumbres y corrupción hay un trecho que, aunque angosto, nos permite un acercamiento a la realidad de cuanto sucede en el mundo. El Periodismo no es otra cosa que un mero apunte de cuanto nos rodea. Atribuirle otro cometido es un error.

José R. Vilamor
Universidad San Pablo-CEU
Madrid