

LOS NUEVOS MEDIADORES EN EL PERIODISMO POLÍTICO

Josep M. Sanmartí Roset

Profesor de Periodismo Especializado
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Europea CEES
Correo-e: jmaria.sanmarti@fcp.cin.uem.es

Resumen:

Tradicionalmente el periodismo político ha cumplido una función de intermediación entre los distintos agentes políticos y la opinión pública, pero la profundización de la democracia ha multiplicado los grupos y personalidades, que exigen una voz propia. Al sentirse mal representados por los partidos y los sindicatos, buscan y encuentran vías de expresión automáticas en la Red y las utilizan a fondo. El precio es la fragmentación de las audiencias y la dificultad de mantener el clásico juego de mayorías y minorías, base de nuestras democracias.

Palabras clave:

Democracia – medios de comunicación – Nuevas Tecnologías – mayorías – minorías – matices – voz propia – intermediación – mediador – opinión pública.

Durante los últimos años el sistema democrático se ha ido abriendo, ampliando e incluso perfeccionando, por lo menos en su “núcleo duro”, es decir América del Norte, Europa Occidental, Japón, Australia, etc., aunque también es verdad que no pocas veces lo ha hecho a trancas y barrancas y alternando los avances espectaculares con los más preocupantes retrocesos. La misma crisis del 11 de Septiembre ha mostrado por un lado los límites entre los que se desarrolla la democracia, pero por el otro se ha visto su fortaleza frente a intentos claramente involucionistas, por cierto aún no despejados del todo. La profundización de los derechos humanos, las mejoras económicas y el aflojamiento de los corsés impuestos por la guerra fría han contribuido a esta apertura democrática, hablando siempre en términos generales.

Algo parecido ocurre con los medios de comunicación, dada su intrínseca vinculación al régimen de libertades y no sólo a la de expresión. Los agobiantes problemas estructurales, al margen de la política informativa de cada medio, no empecen su creciente presencia en la democracia popular como formadores de la decisiva opinión pública, o, dicho de otro modo, del cuerpo electoral.

Esto ha provocado, en primer lugar, la aparición de nuevos actores en la vida ciudadana, que con frecuencia juegan papeles políticos de relevancia. Son sectores minoritarios, naturalmente en proporción muy diversa, a pesar de lo cual se constituyen en grupos de presión, reclaman el reconocimiento legal y social de sus derechos y presionan duro para conseguirlo. Gays, ecologistas, deportistas, amigos de todo, múltiples asociaciones, etc. participan activamente en la batalla política diaria y los partidos políticos detentadores del poder se ven obligados a recoger sus peticiones en sus programas electorales o a atenderlas, si no figuran en ellos. Esta es quizá la prueba más evidente de la mejora democrática mencionada al principio. Frente a las grandes mayorías tradicionales, como izquierda-derecha, la democracia actual se expresa también a través de múltiples voces, cuyo alcance real desconocemos, o por lo menos valoramos con dificultad. Su nuevo protagonismo ha roto los moldes clásicos y además multiplica los agentes, los debates y las delegaciones, elementos esenciales en nuestras democracias representativas.

En segundo lugar, esto mismo hace más complejas las situaciones, que deben ser atendidas y explicadas de acuerdo con sus complicaciones. El matiz se convierte así en un factor importante, hasta decisivo. No bastan ya los planteamientos genéricos, de grandes rasgos, sino que hay que recoger los detalles en consonancia con el valor concedido por alguna de las partes.

La incapacidad de los medios tradicionales

Los sistemas democráticos tradicionales no consiguen deglutir este alud de nuevos actores y de nuevas y más complejas situaciones, y dejan fuera de sus esquemas y de sus actividades a una parte de ellos por motivos diversos. No están preparados para atenderlos y no pocas veces ni siquiera lo pretenden. En las pasadas movilizaciones de estudiantes contra la LOU, por ejemplo, se vio como el gobierno y el PP les negaban legitimidad y representatividad políticas para poder rechazar sus demandas y como los propios estudiantes rechazaban el apoyo de los partidos de la oposición e incluso de los sindicatos. Buscaban su propia vía política ocasional al margen de las institucionalizadas, pidiendo una negociación directa con el gobierno, así como la dimisión fulminante de la ministra Pilar del Castillo. Para separarse de los partidos (y en último término de los parlamentos) y de los sindicatos, vehículos tradicionales de la acción política, estos grupos renuncian a las reivindicaciones ideológicas o de clase, y se presentan abiertamente con programas sectoriales, corporativistas o de pura gestión.

En su esfuerzo por absorber estos grupos, los partidos también aligeran sus programas de los componentes ideológicos para tener las manos libres antes y después de las elecciones. El problema es que ni aún así consiguen reciclar a los nuevos agentes tanto por su abundancia y su movilidad, como por su resistencia a participar en unos mecanismos que creen desgastados o entregados a las viejas estrategias de poder. El mundo polarizado de antes era mucho más manejable. O se estaba en un lado o se estaba en el otro, sin medias tintas, ni muchos matices, ni grandes disidencias: burguesía-proletariado, bloque occidental-bloque soviético, progresista-conservador, franquista-antifranquista, etc. No es de extrañar, por lo tanto, que con frecuencia se intente volver a aquella situación tan cómoda, tal como demostró la dura ofensiva mediática del gobierno norteamericano después del 11-S. O se estaba con los EEUU sin

reservas, o se estaba con los terroristas sin tapujos. Nada de matices. El dilema duró poco en estos términos tan absolutos en la medida en que el sistema internacional ya no es el de la guerra fría, sino que los puntos de vista árabes, europeos, o de las instituciones internacionales han adquirido un valor definitivo.

Pues bien, a los medios de comunicación les ocurre algo parecido. Según recordaba ya en 1947 la norteamericana Freedom Commission of the Press, una de sus funciones esenciales es precisamente dar voz a las minorías, que no pueden tenerla a través de los mecanismos representativos habituales. Sin embargo, al igual que los partidos, no pueden cumplir esta misión ni por capacidad, ni por su estructura, ni muchas veces por falta de voluntad. También ellos pierden el sentido del matiz.

En primer lugar tienen que ir a remolque de las mayorías, su mercado, y no de las minorías. En segundo lugar, tampoco disponen de espacio suficiente para recoger y reflejar los puntos de vista de las minorías. Basta comprobar la duración limitada de un informativo de televisión para darse cuenta de la drástica selección de noticias que se ha hecho previamente; son las minorías las que por definición salen perdiendo en este proceso inevitable: Y en tercer lugar, muchas veces los medios no están interesados en los debates con o de las minorías, entre otras razones porque esto cuesta dinero y tiempo, dos motivos rápidamente disuasorios para la propiedad y la dirección de casi todos los medios de comunicación.

En consecuencia, los sectores minoritarios tampoco se ven realmente recogidos o reflejados en los medios de masas. Se sienten marginados y suelen caer en métodos radicales e incluso violentos (los cortes de tráfico son un buen ejemplo de ello) para llamar la atención y entrar en los selectivos circuitos informativos, sin conseguirlo muchas veces. O esto o caer en la marginalidad informativa y social.

Las Nuevas Tecnologías dan voz a todos

Desde hace unos pocos años las Nuevas Tecnologías permiten llenar este agujero y dan voz casi automáticamente a los que no la tienen en los medios tradicionales. *Desde el punto de vista de los menos privilegiados, explica Rodrigo Baggio, las Nuevas Tecnologías les ofrecen un instrumento de movilización social sin precedentes. Sean cuales sean sus objetivos, los grupos y movimientos sociales utilizan Internet como un método para reforzar sus ciberacciones. El movimiento zapatista de México o los activistas de Greenpeace conocen muy bien el poder de esta herramienta informativa. El desafío es proporcionar a las comunidades desfavorecidas los beneficios de las Nuevas Tecnologías, eliminando el apartheid digital en el que estaban anteriormente...* [1]

En verdad les permite saltar los estrictos filtros instalados en las redacciones, no tener que aceptar versiones reducidas o malinterpretadas de sus posiciones, o simplemente salir del limbo. Todo el mundo puede abrir una web, enviar correos electrónicos, participar en centenares de chats, o recurrir a medios parecidos instalados en la red. Y estos medios llegan a todas partes, aunque su influencia real sea desconocida. Como dice Àlex Barnet, Internet *tiene una lógica propia basada en la*

emisión libre de mensajes, la transmisión de ideas, la participación y la producción de contenidos por agentes que hasta ahora eran sólo receptores...[2]. Esta vía la conocen muy bien, por poner un caso bien conocido, los grupos antiglobalizadores, que recurren a ellos de forma masiva y sistemática ante lo que consideran un boicot sistemático de los medios tradicionales. O el propio Bin Laden, que ha obtenido un sitio y un tiempo en la red, a pesar de la férrea censura de muchos gobiernos.

Claro que a veces ocurre lo contrario. Hay sectores que tampoco están de acuerdo con la política informativa de los medios, sea porque éstos responden primordialmente a sus intereses, sea porque no recogen los detalles que los primeros consideran noticiables. Imaginemos un debate en un parlamento cualquiera. A pesar de haber durado varias horas, en el mejor de los casos queda reducido a una página en un periódico o a unos cortos minutos en un informativo de radio o de televisión. No sólo se quedan fuera partes importantes de las respectivas intervenciones, sino que el enfoque, comenzando por el titular, posiblemente no responderá al del grupo o personaje aludido. Se trata de resúmenes realizados muchas veces con prisas y bajo un prisma muy particular. El descontento y las protestas están así garantizados.

Estos grupos, por más que tengan una presencia más o menos estable en los medios, intentan llegar directamente a la opinión pública con su propio mensaje y, sobre todo, con sus propios medios basados en las Nuevas Tecnologías. Este es el caso, por ejemplo, de los programas electorales de los partidos, como mucho ofrecidos en apretadas síntesis por los medios. El texto entero hay que buscarlo en la página web del partido correspondiente. Los gabinetes de prensa cumplen entonces la doble función de seguir presionando a los medios tradicionales para aumentar y “mejorar” la presencia de su partido o grupo, y por otro lado de ofrecer a la opinión pública versiones directas y propias de cabo a rabo, es decir que no hayan pasado por los tamices de los medios.

Este diálogo directo, sin intermediarios, entre el agente político y la opinión pública reviste múltiples formas, algunas de las cuales adoptan por su parte los medios tradicionales para dar esta impresión de inmediatez que se debe traducir en sensación de veracidad y de ausencia de manipulación, ni buena ni mala. Los programas en directo pretenden dar precisamente esta imagen de que el medio no interviene en la elaboración de la información, tan sólo la transporta, únicamente pone los soportes técnicos, y ya se sabe que para las masas la tecnología es aséptica. Lo que se ve o se oye en directo en un medio audiovisual no tiene trampa ni cartón, puesto que no hay forma humana de cambiarlo. Esta es precisamente una de las claves del éxito de las retransmisiones deportivas. La televisión interactiva es otra vía para ofrecer la inmediatez: al telespectador no se le da todo hecho, participa en la composición del programa, y si éste experimenta retoques es por su voluntad, no tanto por la del medio.

Algo parecido ocurre con la información ofrecida en “tiempo real”, según la estúpida expresión al uso. No hay tiempo, ni forma de modificar el mensaje, de adaptarlo, lo cual, dicho sea de paso, condena a los medios escritos a una sospecha permanente de manipulación, habida cuenta de que éstos tienen que “sufrir” por definición un proceso de elaboración de sus contenidos, muchas veces a través de mecanismos muy complejos. La prensa escrita soporta, en consecuencia, la función de intermediación en mayor medida que los medios audiovisuales. Y resulta que esta

función hoy día está puesta en duda frente a las nuevas conexiones directas de los medios audiovisuales o digitales.

Las versiones digitales de los periódicos son en parte una manera de disputar las ventajas de la inmediatez en manos de los medios audiovisuales, y por tanto de la pureza del mensaje, por lo menos en un primer momento. Hay otros conductos para difuminar esta imagen de intermediación interesada. Por ejemplo, algunos periódicos organizan “chats” entre una personalidad y los lectores. Al igual que la radio y la televisión, el diario se limita a poner los medios técnicos y el diálogo se establece entre ambas partes sin interferencias de ningún tipo. Cualquiera puede conversar con el personaje invitado y las únicas limitaciones son o las tecnológicas o las que ponga él mismo o los participantes, pero no el medio.

Cambios en la intermediación

En opinión de José Luis Martínez Albertos, esta irrupción de las Nuevas Tecnologías en el mundo de la información puede cambiar su propia estructura. *En la elaboración de los mensajes, y, por consiguiente, en la elección de los contenidos, el usuario puede ir reemplazando progresivamente la figura del periodista profesional, que puede de hecho desaparecer como eslabón imprescindible dentro de la cadena de producción de relatos y comentarios periodísticos. El periodista, en cuanto mediador social entre la realidad del mundo objetivo y los sujetos/receptores de mensajes, puede tener los días contados. Como secuela inmediata de esta previsión, y una vez que hayan desaparecido estos profesionales, cabe también afirmar que irá desapareciendo gradualmente el respeto y observancia de las pautas deontológicas propias del ejercicio del periodismo, tal como lo entendemos actualmente.*

*El usuario puede igualmente acabar con la figura del editor o propietario de los medios, en la medida en que la norma habitual en el periodismo clásico, por lo menos desde una perspectiva teórica, encomienda a estas personas el papel de **gate-keepers** y la función de **agenda-setting**. Es evidente que en el periodismo tradicional estas prerrogativas son de alguna manera compartidas con los periodistas profesionales, a través de pactos o acuerdos de ámbito interno en cada medio. Pero es indudable que unos y otros –editores/propietarios y periodistas/mediadores- perderán dos bazas definitivas para el mantenimiento de un statu quo privilegiado en el mundo de la comunicación pública[3].*

Las amplias posibilidades que ofrecen las Nuevas Tecnologías para establecer enlaces directos con las audiencias afectan no sólo a los medios, y en concreto al periodismo político, sino a muchos otros agentes sociales, incluso los más insospechados. En algunos campos de fútbol de países europeos se ha visto que el entrenador del equipo de casa solicita la opinión de los aficionados antes de realizar cambios de jugadores a través de los teléfonos móviles. La última decisión la tomará el “mister”, igual que ocurre en los medios informativos, pero qué duda cabe que su papel de intermediación entre el equipo y los seguidores queda seriamente quebrantado. Parte de la responsabilidad, de la decisión final recae en los presentes, o por lo menos es compartida.

Frente a las indudables ventajas de esta nueva situación, el gran peligro es la fragmentación de la opinión pública, su enorme movilidad y volatilidad. Cada ciudadano puede expresar su opinión, exponer su punto de vista sin limitaciones y probablemente sin saber si forma parte de una corriente mayoritaria o no. Si un programa informativo o una tertulia recibe seis correos sobre un mismo tema y en el mismo sentido, ¿en qué medida son representativos? Nadie puede decirlo con seguridad. Son mensajes individuales, cuyo valor global es difícil de determinar. La atomización de las audiencias hace cada vez más complicado presentar mensajes homogéneos y coherentes en la red, y tal como indica José Luis Martínez Albertos, *los receptores de los mensajes periodísticos de formato digital se irán beneficiando de una creciente personalización de los contenidos... Es bastante sensato pensar que el periodismo digital puede contribuir eficazmente a la implantación de una nueva fase cultural en marcha de la Humanidad y que después de la sociedad de masas, y gracias a Internet, se esté produciendo la aparición de un nuevo modelo de sociedad apoyada en el conocimiento personal e individualizado*[4].

Ahora bien, señala Jesús Canga, en cambio *se podría perder la visión globalizadora que en el conjunto de una información permite al periodismo contextualizar unos determinados hechos y no dar una visión sesgada de la realidad, aunque ésta sea demandada por el propio usuario...*[5]. Por esta razón, argumentan los profesores López García, Pereira y Gago, *buena parte de la audiencia entiende que es necesaria la figura que “filtre” las miles de informaciones que pueden resultar interesantes cada día y que utilice los mecanismos propios del periodismo tradicional para confirmar la veracidad de cada una de las informaciones. Nace, pues, una nueva figura de periodista, que por una parte debe respetar los viejos principios del periodismo relacionados con el contraste de fuentes y la objetividad, y por otra debe asumir una figura que hasta ahora correspondía al productor...* [6]. Dicho de otro modo, la propia situación magmática de la red devuelve parcialmente al periodismo político su papel mediador, dada la imposibilidad de los usuarios de manejar las montañas de datos y de comentarios que circulan por ella.

- [1] Baggio, Roberto, The Real Digital Revolution, *Time*, February 5, 2001, p. 60.
- [2] Barnet, Àlex, La galaxia digital remontará el vuelo. Una omnipresencia real, *La Vanguardia-Ideas*, 23 de noviembre 2001, p. 11.
- [3] Martínez Albertos, José Luis, El mensaje periodístico en la prensa digital, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 7, UCM 2001, p. 31.
- [4] Martínez Albertos, José Luis, op. cit., p. 25.
- [5] Canga, Jesús, Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 7, UCM, p. 43.
- [6] López García, Xosé / Pereira Fariña, José / Gago Mariño, Manuel, ¿Llegó la hora del “lecto-periodista”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 7, UCM 2001, p. 116.

BIBLIOGRAFÍA:

- Vilches, Lorenzo, La migración digital. Ed. Gedisa, Barcelona 2001
- Castells, Manuel, La galaxia internet, Ed. Plaza y Janés, Barcelona 2001

- Armentia, José I./ Caminos, José M^a/ Elexgaray, Jon/ Marín, Flora/ Merchán, Iker, El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios, Ed. Bosch, Barcelona 2000
- Estudios sobre el Mensaje Periodístico, nº 7, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 2001