

JOSE LUIS M. ALBERTOS

LA FUNCION "AGENDA-SETTING" EN LOS ENFRENTAMIENTOS PRENSA-PODER

I

La situación actual de las relaciones entre Prensa y Poder, ofrece, de entrada, un panorama sombrío. Y no sólo en España, sino en todo el mundo occidental. Hemos pasado de etapas anteriores, en que se producía cierto grado de entendimiento y colaboración entre ambos, al momento actual, caracterizado -de acuerdo con el diagnóstico de André Fontaine, cuando todavía era director de Le Monde- por una actitud de desconfianza mútua: "Ahora el poder desconfía de la prensa y le cuenta cualquier cosa. Nosotros, por otra parte, sabemos que nos cuentan mentiras y, por tanto, adoptamos una actitud desconfiada". No se trata, según parecen avalar los últimos acontecimientos, de que haya momentos críticos que alternan con períodos de luna de miel. Las previsiones apuntan hacia un empeoramiento progresivo de estas relaciones, hacia un enfrentamiento creciente entre políticos y periodistas. Si tenemos en cuenta el diagnóstico formulado por Fontaine, parte de la causa de este enfrentamiento hay que buscarla en el auge del periodismo televisivo. De tal forma, que las tensiones suelen producirse de modo especial entre los políticos revestidos de cierto grado de potestad y un sector muy concreto de la tribu periodística, los comunicadores que trabajan en los medios impresos -diarios y cierto tipo de revistas- (1).

Es indudable que en los últimos meses se han producido muy aparatosos casos de enfrentamiento entre el Poder y la Prensa en nuestro país. Es también evidente que esta tensión ha tenido como especiales protagonistas, dentro del equipo periodístico, a los profesionales que trabajan en los medios impresos -diarios y algunas otras publicaciones periódicas-. Sea esta tensión estructural y permanente o tenga más bien un carácter anecdótico y esporádico,

lo cierto es que del comportamiento de unos y otros pueden deducirse unas conclusiones útiles para enriquecer nuestros actuales conocimientos acerca del modo cómo son elaborados los mensajes periodísticos, en primer lugar, y una vez que tengamos todos -o casi todos- los hilos que nos permiten entender cuál es el verdadero tejido del producto informativo, estaremos después en mejores condiciones para valorar la recepción y el tipo de descodificación que los públicos hacen de los textos fabricados por los profesionales de la comunicación periodística. Es aconsejable, no obstante, que este nexo lógico entre el modo de producir y el modo de recibir mensajes sea siempre sometido a grandes cautelas y a muy profundos recelos. No olvidemos el viejo axioma escolástico: "Quidquid recipitur ad modum recipientis recipitur". ¿Quién es capaz de introducirse en el molde receptor de cada hombre o de cada mujer para llegar a unas conclusiones mínimamente fiables?. Todo lo que se recibe en el mundo de la comunicación periodística es descodificado de acuerdo con los personalísimos e intransferibles esquemas psicológicos e ideológicos de cada uno de los sujetos.

A partir de esta declaración inicial de humildad creo que podemos llevar a cabo un interesante juego intelectual, en la línea de un análisis sociológico, para entender por qué se producen determinados modos de actuación en algunos medios periodísticos en su enfrentamiento con los políticos que ejercen un poder real en la sociedad española. Este análisis nos lleva en primer lugar a la explicación y al estudio de las características de una de las funciones sociales más destacadas hoy en los medios de comunicación de masas: el llamado efecto del "establecimiento o determinación de la agenda". Seguidamente me propongo estudiar cómo esta función ha actuado en los últimos meses en España en dos casos muy aparatosos y significativos, en los que se ha producido un enfrentamiento manifiesto entre Prensa y Poder: la cuestión polémica acerca de la deseable o indeseable autorregulación de los medios periodísticos y de los profesionales, en primer lugar, y, en segundo lugar, el tratamiento periodístico que se ha dado a ese culebrón interminable que es el escándalo político-financiero de los hermanos Guerra.

II

El llamado efecto agenda-setting de los medios de comunicación de masas es uno de los tópicos científicos que está propiciando más trabajos de investigación en los últimos tiempos, como es notorio para todos los especialistas en estas cuestiones. Tenemos en nuestro país una variada y nutrida literatura sobre el tema, y al mismo tiempo hay que señalar la existencia de diferentes propuestas para la traducción de esta terminología. A título personal, yo me inclino por la expresión "establecimiento o determinación de la agenda", tal como he indicado en mi libro El lenguaje periodístico. Estudios sobre el mensaje y la producción de textos (2).

"Brevemente, esta función o efecto atribuible a los medios puede formularse de la siguiente manera: los ciudadanos llegan a formarse un juicio personal acerca de lo que es importante en

la vida pública de su país como resultado de la mayor o menor presencia que determinados asuntos y personas tengan en los espacios informativos. A mayor presencia en los medios, tanta mayor importancia colectiva merecerá este asunto o persona para el hombre de la calle".

Un brillante resumen de este efecto quedó formulado hace ya más de un cuarto de siglo por Bernard C. Cohen (1963):

"La prensa, en la mayoría de las ocasiones, no tiene éxito diciendo a la gente qué ha de pensar, pero continuamente tiene éxito diciendo a sus lectores sobre qué han de pensar".

Este efecto, derivado de la particular determinación de la agenda de los periodistas y de los medios, puede ser valorado de acuerdo con unas hipótesis de trabajo que tienden a convertirse progresivamente en leyes de comportamiento social. Es más: para algunos autores, estas conclusiones provisionales o hipótesis de trabajo tienen ya las mismas características y las mismas funciones orientadoras que se suelen atribuir a las llamadas leyes sociales. Señalaré aquí tres de estas hipótesis o cuasi-leyes detectables en este campo específico de las relaciones mutuas entre los individuos y los medios de masas en una determinada comunidad política.

a) El principal efecto atribuible a la función agenda-setting es que delimita rigurosamente el campo de los contenidos informativos. Procede a la triangulación de la realidad histórica accesible a cada periódico y a la parcelación del campo de lo noticiable, sobre todo por exclusión: lo que no merece la atención de los profesionales de los medios no existe para el resto de la Humanidad.

b) La agenda de los medios no condiciona el juicio de los receptores. Es decir: el responsable de la agenda-profesional individual o equipo de trabajo en la redacción de un medio- influye decisivamente sobre el concepto que tiene el público acerca de lo que es importante, pero la apreciación valorativa del público no coincide necesariamente con la opinión del dueño de la agenda. Sucede en muchas ocasiones que una dedicación excesiva de espacio o de tiempo en los medios puede producir una reacción de rechazo en los receptores respecto a los contenidos o juicios de valor propuestos por dichos medios a sus lectores u oyentes.

c) La organización profesional, mediante la cual los periodistas producen cada día las noticias, se impone a los intereses ideológicos de los propietarios y de los editorialistas a la hora de determinar qué nombres van a ocupar los puestos privilegiados de la agenda del periódico. De acuerdo con una jerga casi esotérica, podríamos decir que el equipo de redactores -los responsables del news editing de un periódico, contando con el apoyo de algunos reporteros estrella- acaban ganando la partida a los "editorialistas cabezas de huevo" -los editorials writers- e incluso a los propietarios y empresarios de los medios -los publishers-. Reconozco que en esta última conclusión hay cierto voluntarismo ético, cierta complicidad entre antiguos camaradas de lucha. Es evidente que no siempre ocurre así, y que en bastantes ocasiones son los propietarios quienes imponen sus planteamientos en la agenda definitiva de los medios. Estamos, efectivamente, ante una norma social que

registra un número considerable de incumplimientos. Pero a pesar de las excepciones, podemos considerar que esta regla es también en sí misma una ley social, aunque de menor rango y eficacia que las dos anteriores; una verdadera ley social y no una simple y honesta declaración de buenas intenciones -wishful thinking-, como algunos pretenden que sea.

III

Sea cual sea el mecanismo, secreto o manifiesto, de esta función, uno de los resultados más espectaculares del efecto de la determinación de la agenda es éste: los medios de comunicación de masas son unos poderosos instrumentos en la configuración de mentalidad dominante en las sociedades contemporáneas. Podríamos decirlo de otra manera: los medios de comunicación de masas tienen un papel preponderante en la manufactura o producción del consentimiento colectivo. También podríamos dar un paso hacia adelante y afirmar que los medios de comunicación de masas -como consecuencia final de su papel en la configuración de la mentalidad dominante y en la manufactura del consentimiento colectivo- terminan por ser piezas claves al servicio de la aparición, desarrollo, fijación y mantenimiento de ciertos peligrosos dogmatismos democráticos que de vez en cuando afloran en las sociedades de inspiración liberal y pluralista.

Estamos ante un riesgo necesario que los hombres y los pueblos de mentalidad occidental debemos asumir. La situación paradójica es más o menos ésta: los medios de comunicación de masas no alcanzan grandes resultados en el logro de objetivos muy concretos y precisos -convencer a los públicos sobre la excelencia de un determinado punto de vista-; pero los medios de comunicación de masas tienen una capacidad asombrosa para la transmisión de difusas maneras de pensar y de entender la vida. Los medios de masas son canales propicios para el contagio de modelos de comportamiento colectivo que de una manera puramente instintiva -es decir, escasamente reflexiva- se presentan a los públicos no sólo como modelos totalmente legítimos, por supuesto, sino también como modelos adornados con la aureola de la madurez, el progreso, del talante abierto y de la deseable tolerancia entre los diferentes individuos y grupos humanos. Se implanta así de modo estable en nuestras sociedades la mentalidad dominante, "aquella cuyos mensajes se oyen sin extrañeza y no pueden, por lo general, ser contestados en público sin que quien contradice sufra una cierta violencia". (3).

Obviamente, los celadores encargados de velar por la pureza de determinadas ideologías o cosmovisiones, pueden protestar indignados cuando descubren que determinados comportamientos sociales están en abierta contradicción con las normas éticas que ellos tienen la obligación de difundir y de proteger. No seamos cínicos, por lo tanto, y admitamos que su indignación está perfectamente justificada cuando señalan -como ha hecho el Papa Juan Pablo II recientemente- que

"La fuerza de contagio de las propuestas y de los ejemplos de maldad puede disponer de canales de persuasión ofrecidos por la

multiforme gama de los medios de comunicación de masas. Sucede de esta manera -sigue diciendo- que modelos de comportamientos aberrantes sean progresivamente impuestos a la pública opinión no sólo como legítimos, sino también como índice de una conciencia abierta y madura". (4)

Podemos discrepar con el Pontífice romano acerca de si lo que él entiende como "ejemplos de maldad" o "comportamientos aberrantes" son igualmente nefandos para nosotros y por tanto dignos de rechazo. Pero lo que resulta indudable es que los medios contribuyen de forma muy eficaz en la configuración de la mentalidad dominante, imponiendo determinados modelos de comportamiento social, siendo en ocasiones modelos constructivos y progresistas y siendo otras veces modelos aberrantes y destructores.

A partir de enfoques radicalmente contrarios entre sí, Noam Chomsky llega a conclusiones muy cercanas a las que propugna Juan Pablo II. En su último libro conocido en España, Chomsky pretende descubrir hasta qué punto los mass-media en las sociedades democráticas llevan a cabo "la manufactura del consentimiento" de los ciudadanos con la finalidad de originar determinados "dogmatismos democráticos" que suponen toda una práctica de adoctrinamiento para anular los mecanismos sociales de la discrepancia real (5). Esta manufactura del consentimiento -un arte que es capaz de grandes refinamientos, como ya señaló Walter Lippmann en 1921- conduce a la implantación en la Sociedad de una "discrepancia aparente", que incorpora las doctrinas de la religión estatalista y que elimina la discusión racional crítica.

"Para los que buscan la libertad de una forma porfiada, no puede haber tarea más urgente que llegar a comprender los mecanismos y las prácticas de adoctrinamiento. Son fáciles de percibir en las sociedades totalitarias, pero mucho menos en el sistema del lavado de cerebro en libertad al que estamos sometidos y al que demasiado a menudo servimos como instrumentos voluntarios o involuntarios" (6)

Yo siento gran veneración por el Chomsky lingüista, pero mantengo una actitud de recelo ante el Chomsky pendenciero y provocador de alguno de sus trabajos sobre cuestiones de política económica relacionadas con el modelo imperialista norteamericano. No obstante, considero que en líneas generales resulta válida su tesis acerca de los mecanismos para la fabricación del consenso social a partir de la existencia de ciertas prácticas profesionales relacionadas con la función del establecimiento de la agenda -"prácticas de adoctrinamiento", dice este autor, en este caso con mi voto en contra-. En resumen, este mecanismo, contemplado en todo su proceso, podría ser el siguiente:

La determinación de la agenda es un eficaz procedimiento para generar parcelas muy concretas de opinión dentro de la mentalidad dominante en una sociedad. A esta mentalidad se llega, entre otros caminos, mediante la manufactura del consentimiento (que es el lugar de encuentro para los intereses derivados de la política

económica de los empresarios periodísticos y también para un conjunto de modos ingenuos de comportamiento profesional o prácticas discursivas de los periodistas). La meta final de todo este proceso -determinación de la agenda, producción del consenso generalizado, mentalidad dominante- desemboca irremisiblemente en la plasmación de los dogmatismos democráticos, es decir de un conjunto de principios axiomáticos -y, por lo tanto, intocables e indiscutibles- que se consideran piedra angular para la convivencia pacífica de los individuos y de los grupos humanos.

De este plano teórico y generalizador deseo pasar ahora al análisis particular de dos casos recientes de la vida político-social española.

IV

En las primeras semanas de 1990 tuvieron lugar las primeras escaramuzas de dos batallas entre Prensa y Poder. Curiosamente, sin embargo, mientras la batalla de la autorregulación no llegó a un mes de permanencia como tema importante en las páginas de los periódicos y los otros medios, el asunto del tráfico anormal de influencias achacable a la familia de Alfonso Guerra sigue siendo una cuestión viva y constante en los medios de comunicación de masas, nueve meses después de su alumbramiento escandaloso.

Aunque ambas cuestiones están todavía frescas en la memoria cotidiana de los profesionales y teóricos de la comunicación periodística, debo señalar aquí las que considero líneas de fuerza más importantes en el diseño global de estos dos conflictos.

4.1. Autorregulación de los medios

La mecha fue encendida, simultáneamente y alimón, por el Presidente del Gobierno, el Ministro de Cultura, el Ministro de Relaciones con las Cortes y la Ministra Portavoz del Gobierno. Esto ocurrió entre el 1 y el 2 de febrero y el lugar de autos fue múltiple: el Congreso de los Diputados en tres ocasiones distintas, una emisión radiofónica de RNE y el Palacio de la Moncloa, en rueda de prensa después de un Consejo de Ministros. En fechas posteriores, alrededor del 20 de febrero, se añadieron al coro de los denunciantes oficiales el Secretario de Organización del PSOE, José María Benegas y Leopoldo Torres, Fiscal General del Estado.

El argumento de fondo presente en todas estas alegaciones puede resumirse así:

El Gobierno se siente acosado por los medios de comunicación periodística -diarios, revistas, emisoras de radio y TV- y no sabe cómo hacer frente a esta situación injusta sin que parezca que pretende coartar la libertad de expresión con normas legales rigurosas. "En todos los países occidentales -dijo la Ministra Rosa Conde- existen reglas de juego implícitas o explícitas para regular las relaciones entre los medios de comunicación y los ciudadanos y cualquier colectivo. España es el único país en donde no hay ninguna legislación ni ningún código deontológico para poner un marco a estas

libertades".

Ante esta deplorable situación, los hombres y mujeres del Gobierno insinúan la conveniencia de un ejercicio de autocritica por parte de los periodistas, la elaboración de un código ético autorregulador de los modos de comportamiento. "El Gobierno es partidario -sigamos oyendo a Rosa Conde- de que los propios medios de comunicación generen un sistema de autorregulación, sustentado en principios deontológicos y profesionales, que sea capaz de velar por el mantenimiento del rigor y la calidad de lo que se publica y difunde". Y por su parte, Jorge Semprún, Ministro de Cultura, expuso su punto de vista en términos muy similares: "Yo pienso que hay que plantear a la prensa la necesidad de un autocontrol y de una codificación de sus propias normas".

Hay que recordar aquí que un par de meses antes de que se iniciara esta batalla -exactamente el 30 de noviembre de 1.989- la Asociación de la Prensa de Madrid acordó la creación de una Comisión especial encargada del estudio y elaboración de un posible código de conducta para la profesión periodística. Esta comisión debía estar presidida por el destacado jurista Federico Carlos Sainz de Robles y estaría integrada por representantes de la profesión periodística, de la Magistratura y de la Universidad. Como resultado inmediato de esta coincidencia de propósitos y de proyectos, bastantes periodistas y medios de masas entendieron que existía una confabulación entre el Gobierno y la Asociación de la Prensa de Madrid para elaborar unas normas que sirvieran para amordazar la voz de los profesionales de la información. Surgió en periódicos y emisoras de radio el llamado "frente del rechazo", que dirigió de modo indiscriminado sus críticas a los adversarios situados en el otro campo: Gobierno y Asociación de la Prensa madrileña. Este frente de rechazo, que se había manifestado por primera vez en diciembre de 1.989 en contra del proyecto de código de ética profesional, estaba integrado por destacados profesionales de Antena-3, El Independiente, ABC, El Mundo, Tribuna, Cadena COPE, Grupo-16 y Tiempo.

Los acontecimientos posteriores más importantes relacionados con este asunto son éstos: 1) la Asociación de la Prensa, al verse involucrada como sospechosa de complicidad con el Gobierno, retiró discretamente su proyecto, por lo menos de momento, esperando mejor ocasión para volverlo a resucitar; 2) a lo largo del mes de febrero de 1990, los periódicos y demás medios de comunicación protagonizaron una encrespada reacción en contra de las pretensiones reguladoras del Gobierno; aunque hubo alguna tímida voz que apuntó que la idea de la elaboración de normas de autocritica profesional podía ser inoportuna en aquel momento, pero no totalmente desechable a medio plazo, lo cierto es que la oposición de los periodistas fue unánime y el Gobierno optó por retirarse del campo y esperar la oportunidad de volver a plantear la batalla; 3) esta ocasión se ha presentado de nuevo a finales de septiembre de 1990, aunque sea por una vía indirecta, con la aprobación unánime por el Congreso de los Diputados de una proposición no de ley presentada por Convergència i Unió para que los delitos de injurias y calumnias cometidos a través de los medios de comunicación sean castigados con multas económicas -y no con privación de libertad- en procesos judicia-

les rápidos (25-09-90). (7)

4.2. Tráfico de influencias de la familia Guerra

El momento en que se destapa el "escándalo de los Guerra" coincide básicamente con el comienzo de la polémica sobre la deseable o no deseable autorregulación de los periodistas. Según todos los indicios, el primer aldabonazo claramente dirigido contra Juan Guerra lo dio el periódico El Mundo, el 31-01-90, con una noticia fechada en Sevilla en la que se decía: "Dos miembros del Gobierno mencionaron en el Consejo de Ministros de 1 de agosto de 1986 a Juan Guerra, al plantearse la concesión a Construcción Modular Andaluza, S.A. (CMA) de beneficios con carácter de subvención por 145.450.000 pesetas."

Es razonable pensar que en su origen ambos casos tienen idéntico punto de partida, puesto que el Presidente del Gobierno reaccionó aquel mismo día en una improvisada conferencia de prensa en los pasillos del Congreso de los Diputados con estas palabras: "se nos acusa directamente de un delito de prevaricación y yo les aseguro que voy a exigir responsabilidades, sencillamente. Creo que esas son las reglas justas del Estado de Derecho".

Sin embargo, lo que empezó como problema único en este enfrentamiento, ha evolucionado de forma notablemente distinta. Y en este momento, diez meses después de la eclosión del caso, podemos hablar de dos asuntos perfectamente diferenciados y con efectos y resultados propios en cada asunto y, a su vez, diversos entre sí.

Este asunto es sumamente complicado y proteico, enormemente más complejo que el anterior. Además, en el momento en que redacto este texto siguen saliendo día a día nuevas ramificaciones que complican más el panorama. A pesar de todo ello, me siento igualmente obligado a señalar aquí los puntos más destacados en este nuevo enfrentamiento entre Prensa y Poder, confiando en que los hechos posteriores no desvirtúen la valoración precipitada que ahora estoy obligado a hacer.

-Alfonso Guerra comparece en el Congreso para explicar el uso, por parte de su hermano Juan, de un despacho oficial en la Junta de Andalucía (1-02-90). Las explicaciones sobre las actividades de Juan Guerra no convencen a la oposición. Por su parte, los periódicos se dedican en días sucesivos a sondear la opinión de los ciudadanos acerca de la actuación del Vicepresidente del Gobierno en este asunto. Los resultados de diferentes consultas de este tipo arrojan siempre una misma conclusión: un porcentaje alto de españoles, por encima del 50 por ciento, piensa que Alfonso Guerra mintió en su intervención ante el Congreso y, por lo tanto, debe dejar el cargo o ser destituido por Felipe González.

-Felipe González vincula su dimisión a la de Alfonso Guerra y adelanta que se iniciarán acciones judiciales contra El Mundo (1-02-90).

-El Fiscal General del Estado anuncia que va a presentar una querrela contra cinco periodistas de El Mundo con motivo de las informaciones dadas sobre el escándalo Juan Guerra el día 31 de enero (12-02-90). La querrela se presenta oficialmente el 15 de febrero.

-Tres de los máximos dirigentes del PSOE se querellan contra el diario ABC por un artículo editorial publicado el día 18 de enero titulado "La imprescindible catarsis". En este texto se decía, entre otras cosas, que "gentes del PSOE" o próximas al PSOE, están convirtiendo la vida política en un fétido muladar. La decisión de impedir la investigación parlamentaria no es tanto un signo de prepotencia como una muestra de complicidad. A partir de ella, es legítimo presumir que no son socialistas aislados los que merodean por la vida pública o por sus entornos con talante de salteadores de caminos; es el propio partido como corporación el que, al ampararlas, se comporta como una banda". (14-02-90)

-La Audiencia Nacional rechaza por dos veces la querrela de la Fiscalía General del Estado contra el diario El Mundo. (20 de febrero: no se admite a trámite; 27 de febrero; se desestima el recurso contra la no admisión anterior del Juzgado Central de Instrucción de la Audiencia).

-Un Juzgado de Instrucción de Madrid rechaza igualmente la querrela contra ABC presentada por tres dirigentes del PSOE (8-03-90).

-Felipe González se somete victoriosamente a un debate con motivo de una moción de confianza suscitada por él mismo (5-04-90). A partir de este éxito, el Gobierno pretende tener de nuevo las riendas de la situación decretando que el escándalo Juan Guerra es un asunto ya zanjado en sus aspectos políticos y que sólo cabe esperar a lo que decidan los jueces acerca de los aspectos criminales derivados de las actuaciones del hermano del Vicepresidente.

En los últimos meses, y de modo especial a partir de la vuelta a la actividad política y judicial después del verano, estamos siguiendo en los medios el aluvión de actuaciones judiciales iniciadas en Sevilla para esclarecer el grado de culpabilidad -o la posible inocencia- de Juan Guerra. Mientras tanto, los medios de comunicación están al acecho esperando su nueva oportunidad para pasar factura al Gobierno por sus recientes vejaciones y por los intentos del Ejecutivo dirigidos a coartar la sacrosanta libertad de expresión de los profesionales de la información. Este es, en resumen, el estado de la cuestión en los primeros días de octubre de 1990. (8)

V

Una vez enumerados los hechos más relevantes en estos dos casos de enfrentamiento Prensa-Poder, conviene hacer una valoración interpretativa de los mismos a la luz de las consideraciones teóricas que han sido expuestas en los apartados 2 y 3.

5.1. Los dos casos tienen un rasgo común, sumamente significativo: son ejemplos de una lucha por decidir a quién corresponde el privilegio de establecer cuáles son las cosas importantes para los ciudadanos de un país. En virtud de la aplicación cotidiana de la función agenda-setting (o establecimiento de la agenda de las cosas que son dignas de ser tratadas como verdaderas noticias), éste es un privilegio profesional de los periodistas en las sociedades democráticas; un privilegio que ha sido confiado a ellos como

resultado de una delegación tácita de atribuciones y cometidos que el cuerpo social hace a favor de los periodistas. En ambas ocasiones -tanto en el asunto de la autorregulación como en el escándalo de los Guerra- el Gobierno pretendió recortar este poder social que ha sido confiado por los ciudadanos a los profesionales de la información. Además, curiosamente, en cada ocasión el Gobierno pretendió una cosa contraria de los periodistas: en el asunto de la autorregulación lo que deseaba el poder es que la Prensa hablara y discutiera acerca de la conveniencia de elaborar un código de ética que regule los comportamientos de los periodistas en aquellas situaciones fronterizas en que las leyes penales y civiles tienen muchas dificultades en su aplicación; en el caso del escándalo Guerra, el Poder pretendía -y todavía sigue pretendiendo, puesto que el problema aún está en el candeleroprecisamente lo contrario: que la Prensa silenciara las posibles adherencias y flecos políticos que este "affaire" puede llevar consigo.

Este es el rasgo común y para mí el más significativo, porque ambos protagonistas saben que ganar esta primera batalla es colocarse en el buen camino para ganar la guerra. Tener el privilegio de indicar a la gente qué es lo importante para la comunidad, es el primer paso -en la línea de las reflexiones anteriormente expuestas- para establecer criterios decisivos en la configuración de la mentalidad dominante y afianzar después la diseminación y arraigo de determinados dogmatismos democráticos que han de servir para apuntalar las actuaciones concretas de los líderes políticos.

5.2. En su lucha frente al acoso del Poder, la Prensa se ha servido -hasta ahora con éxito- de un apoyo teórico distinto en cada caso. Utilizando la terminología anteriormente propuesta, la Prensa ha recurrido a dos dogmas democráticos diferentes y hasta cierto punto contrapuestos entre sí. La verdad es que su táctica le ha producido resultados, en buena parte por la incompetencia intelectual o la mala conciencia de los líderes políticos contra los cuales ha tenido que enfrentarse.

En el caso de la autorregulación, la Prensa se ha defendido victoriosamente echando mano de esa creencia sistemática, convertida en ley social, de que "las personas son los mejores jueces de sus propios intereses" (9). No puede negarse que esta creencia goza de enorme predicamento en toda la filosofía política de inspiración liberal, en la medida en que es una secuela hasta cierto punto lógica de dos principios básicos de la convivencia democrática: "el proceso de autojustificación de la verdad" (self-righting process of truth) y el axioma de que la sociedad debe ser siempre "un mercado libre para el intercambio de ideas" (free market place of ideas).

En el asunto del tráfico de influencias de la familia Guerra, la Prensa ha justificado su derecho a seguir insistiendo en el tema tanto cuanto lo crea conveniente, amparándose a su vez en otro teorema democrático que aproximadamente puede formularse así:

"Para que la sociedad sea libre, lo mejor es que el pueblo sea soberano, y esta soberanía popular implica una igualdad política y social" (10).

Bajo la bandera ideológica de que "la ley es ley para todos", la Prensa

desarboló eficazmente todos los intentos gubernamentales encaminados a conseguir un tratamiento periodístico discreto y con sordina para aquellos aspectos del escándalo que pudieran dañar la imagen de las personas encaramadas en las altas instancias políticas de La Moncloa.

Señalaba antes que existe una cierta contradicción entre ambos principios aducidos como armas ideológicas por la Prensa en su enfrentamiento con el Poder. Efectivamente, si todos los ciudadanos son iguales ante la ley, ¿cómo se explica que los periodistas reivindiquen exclusivamente para ellos el privilegio de decidir qué es lo verdaderamente importante para la sociedad, con la posibilidad añadida de ser exculpados legalmente en el caso de que se equivoquen de buena fe en el ejercicio de sus funciones?. En el fondo, el rechazo de los periodistas ante la perspectiva de un conjunto de normas para la autocritica interna de los medios y de los comunicadores significa la pretensión corporativa de actuar públicamente con altas dosis de poder sin la contrapartida de un compromiso social que evite el recelo y la desconfianza no sólo de los gobernantes, sino de todos los ciudadanos.

"La conclusión última es que los periodistas acaparan para sí delegadamente unas cuotas de poder social verdaderamente importantes, al mismo tiempo que se niegan a rendir cuentas ante sus administrados". (11)

La deducción lógica de esta actitud llega por sus propios pasos: todos los ciudadanos son iguales ante la ley y ante la sociedad, excepto los periodistas, que deben gozar de un fuero especial.

Evidentemente, yo sé cuál es la verdadera razón fundamental por la cual los periodistas tienen derecho a solicitar este trato especial, como un derecho que se otorga no precisamente a ellos sino a toda la sociedad para la que trabajan. Lo que pretendo aquí señalar es que el apoyo alternativo que buscó la Prensa en uno u otro de los axiomas democráticos indicados -"todos los ciudadanos son iguales ante la ley" y "los individuos son los mejores jueces de sus propios intereses"- encierra cierto grado de contradicción e incoherencia, y este error dialéctico no supo ser explotado por el Poder en las primeras semanas de estos enfrentamientos.

VI

Al hilo de toda esta suma de hechos y de razonamientos, pretendo presentar un par de propuestas finales que cumplan un doble objetivo: la primera pretende ser, llanamente, una conclusión de tono menor conectada con la primera de las valoraciones anteriormente formuladas; la segunda propuesta no llega ni siquiera al nivel de conclusión de tono menor, sino que la traigo aquí como un pretexto para la reflexión de los profesionales y de los teóricos en este campo de la comunicación periodística dentro de las ciencias sociales.

6.1. Si mis planteamientos y deducciones son correctos en lo sustancial, podemos afirmar que la función agenda-setting constituye hoy día, en una sociedad democrática, una barrera infranqueable para el Poder. Dicho de otra

forma: el derecho a establecer públicamente cuáles son las cuestiones de interés nacional es hasta cierto punto un privilegio otorgado por la sociedad al glorioso cuerpo profesional de los periodistas -dicho sea esto con las oportunas excepciones que lógicamente hay que tener en cuenta-. En condiciones normales de rutina pública, sólo los profesionales de la información deciden cuáles son las cuestiones de las que se habla y cuáles son los asuntos que deben ser arrojados al cesto de los temas de poca monta y, por lo tanto, indignos de merecer la atención permanente de una agenda periodística.

Vale la pena constatar que éste es un antiguo privilegio de los medios de comunicación periodística y que está estampado desde hace casi 150 años en el frontispicio de uno de los diarios de mayor prestigio y solera del mundo: "All the news that fit to print" es el lema que campea en la cabeza de The New York Times. Únicamente por la torpeza táctica o profesional de los periodistas les podría ser arrebatado este privilegio por el Poder en una sociedad democrática. Utilizando una jerga informática muy al uso en estos días, podemos afirmar que la función del establecimiento de la agenda es un programa codificado al que sólo tienen acceso los miembros selectos de este club elitista -los periodistas-, una vez que han comprado el derecho a disponer de la clave secreta para entrar en él.

6.2. El punto de reflexión tiene que ver con la generación y vigencia de los dogmatismos democráticos. Se trata de una consideración de alcance ético.

Los dogmatismos democráticos son el último episodio de todo un proceso comunicativo que suele tener su punto de arranque en la determinación de la agenda. A tenor de lo dicho, los periodistas tienen un alto grado de responsabilidad social en el nacimiento y difusión de determinados dogmatismos políticos. Pero los dogmas políticos no son buenos para la salud política y social de los pueblos, aunque en ocasiones los periodistas -y hemos visto aquí dos casos que lo demuestran- pueden beneficiarse de estas creencias colectivas en sus luchas más o menos continuas contra el Poder. Los pueblos verdaderamente libres no están asentados en dogmas incuestionables y axiomáticos, sino más bien sobre teoremas -es decir, sobre hipótesis teóricas que deben demostrarse día a día en la realidad práctica de las tensiones y de la solución de los problemas de la comunidad-.

"Llegamos así -dice J. Barzun- a la gran cuestión de la maquinaria del Gobierno, pues lo que determina que un régimen sea libre o no es cómo giran las ruedas, y no una teoría" (12).

Con este sano pragmatismo por delante, los periodistas debemos preguntarnos muchas veces si con nuestro trabajo no estaremos fomentando la aparición indeseable de muchos dogmatismos democráticos -es decir, creencias teóricas generalizadas pero con escaso fundamento práctico, que se convierten en asfixiantes leyes sociales de obligada veneración.

Estoy proponiendo aquí una actitud de rechazo y de revisión crítica de algunos de los principios y asertos que continuamente se nos imponen como manifestaciones concretas de un consenso social generalizado y de una

mentalidad dominante. Hemos visto anteriormente como Noam Chomsky, en línea de pensamiento con Walter Lippman y Harold Laswell, propugna para los intelectuales y para los periodistas la tarea de

"evitar los dogmatismos democráticos, tales como la creencia de que las personas son los mejores jueces de sus propios intereses. La democracia permite que se escuche la voz del pueblo, y la tarea de los intelectuales es asegurarse de que esa voz coincide con lo que los sabios líderes determinan como el cauce correcto" (13).

Estoy haciendo una especie de apología a favor de la desobediencia civil, a favor de la desobediencia respecto a ciertos dogmas por muy democráticos que parezcan. En este sentido, la responsabilidad del periodista es doble: 1) debe vigilar los contenidos y los resultados prácticos que se derivan de la particular agenda informativa a la que sirve (a título individual y como integrante de un determinado equipo de redacción); 2) debe resistir continuamente a la tentación de escribir bajo el señuelo del halago a los lectores.

"Un periódico -decía Beuve-Méry, director durante muchos años de Le Monde en su época dorada- no tiene por qué seguir a sus lectores. Si pretende estar a su servicio no ha de ser para halagar sus tendencias naturales. Honra a su público cuando rehúsa ceder a los caprichos, a la moda del momento. Se aferra a los hechos, por más desconcertantes que sean, y a algunos valores esenciales, por más impopulares que resulten" (14).

Es evidente que en situaciones de enfrentamiento entre Prensa y Poder, lo fácil para los periodistas es dejarse arrastrar por el plano inclinado de una demagogia populachera apoyada en todos los dogmas y cuasi-dogmas democráticos que se encuentren a mano. La experiencia reciente en nuestro país ofrece ejemplos demostrativos de este modo de proceder. Pero cuando la Prensa se rebaja al nivel de ciertos políticos, cediendo al capricho de los lectores y a la dictadura de las modas del momento, probablemente entonces está empezando a perder su derecho a un estatuto especial en la sociedad democrática. Un estatuto cuyo rasgo más espectacular es el privilegio social de determinar eficazmente cuáles son los asuntos importantes para todos los ciudadanos.

NOTAS

- (1) JUAN CRUZ, "Entrevista con André Fontaine" en El País, 31 agosto 1990, pág. 13.
- (2) JOSE LUIS MARTINEZ ALBERTOS, "El lenguaje periodístico. Estudios sobre el mensaje y la producción de textos", Madrid, ed. Paraninfo, 1989, cap. 13.
- (3) MIGUEL ANGEL GARRIDO, "La nueva Retórica", en revista Nuestro Tiempo nº 373/374 (julio-agosto 1985) pág. 110-119.
- (4) Vid. reproducción del texto pontificio en SANTIAGO FERNANDEZ ARDANAZ, "Los medios de comunicación en el campo moral, tema de reflexión del Papa", en Vida Nueva, nº 1.757 (29-09-1990), pág. 8.
- (5) EDWARD S. HERMAN y NOAM CHOMSKY, "Manufacturing consent. The Political Economy of the Mass media", N. York, Pantheon Books, 1988. Existe una traducción castellana titulada "Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas", Barcelona, Ed. Crítica, 1990.
- (6) NOAM CHOMSKY, "El conocimiento del lenguaje". Madrid, Alianza Editorial, 1989, págs. 297-308. Esta idea apuntada por Chomsky en este libro publicado originariamente en 1985, es desarrollada detalladamente con análisis de casos concretos y significativos -Newsweek, Time, New York Times, CBS News, etc.- en su obra posterior "Manufacturing consent" (1988), escrita en colaboración con EDWARD HERMAN.
- (7) Como resumen muy bien hecho de textos periodísticos de diferentes medios relacionados con el asunto de la autorregulación de los profesionales de la información, vid. la revista Periodistas, nº 28 (Diciembre 1989), págs. 6-10; y nº 31 (marzo 1990), págs. 16-31.
- (8) Periodistas, nº 31 (marzo 1990), pág. 16-23. Es también muy ilustrativo el suplemento del El Mundo, 5 abril 1990, titulado "Cuestión de desconfianza. La galaxia de los Guerra".
- (9) HAROLD LASWELL, "Propaganda", en Encyclopedia of the Social Sciences, New York, MacMillan, 1933 y WALTER LIPPMAN, "Public Opinion", New York, MacMillan, 1922 (hay una edición castellana del libro de W. Lippman, "La opinión pública", Buenos Aires, Cía. Fabril Editora, 1964).
- (10) JACQUES BARZUN, "El teorema de la democracia", en revista Facetas, nº 88 (2/1990), págs. 2-7.
- (11) JOSE LUIS M. ALBERTOS, "Contenidos, formas y solvencia ética", en Nueva Revista, nº 7 (septiembre 1990), págs. 46-54.
- (12) J. BARZUN, op.cit.
- (13) NOAM CHOMSKY, "El conocimiento del lenguaje", pág. 307.
- (14) "La Serpiente", en revista Nuestro Tiempo, nº 425 (noviembre 1989), pág. 23.