

SOBRE “CUARTO PODER” Y DEMOCRACIA MEDIÁTICA

Francisco Fernández Buey

¿Cómo corregir la deriva de la democracia representativa hacia la oligarquización, teniendo en cuenta que la generalización de la enseñanza y la descentralización del poder político no han sido hasta ahora factores suficientes ?

Históricamente una de las primeras ideas correctoras del proceso de oligarquización de las democracias fue la creación desde la sociedad civil de otro poder, de un poder distinto de los tres poderes clásicos, lo que se llamó “cuarto poder”. Los tres poderes clásicos son el ejecutivo, el legislativo y el judicial, que, según Montesquieu, deben estar repartidos entre personas diferentes para garantizar la libertad. El “cuarto poder”, la prensa escrita, se presentaba inicialmente como una forma de ampliación del punto de vista de Montesquieu. Se pensaba que así se podría contrarrestar la invasión de los poderes legislativo y judicial, invasión que en la práctica, en la vida real, suele producirse por extensión del poder ejecutivo o gubernamental, que es el primer y principal poder político. Y en este sentido se dijo a veces que la finalidad principal de la prensa escrita (y más tarde de la comunicación audiovisual) es la formación de la opinión pública.

Ya esa finalidad, la formación de la opinión pública, entra en conflicto con uno de los objetivos principales de los poderes legislativo y ejecutivo, pues se consideraba que formar o educar a los ciudadanos también es tarea de éstos (a través de la educación reglada, regulada o institucionalizada). En efecto, esa tarea había sido asumida casi en exclusiva por el estado, o compartida, según los países, por instituciones privadas (religiosas o laicas) de enseñanza en sus distintos niveles. Para salvar este conflicto se suele distinguir a veces entre educar o instruir a los ciudadanos (que es lo que se haría, sin ánimo de adoctrinamiento, en los centros de enseñanza) y formar la opinión del público, lo que quedaría limitado, precisamente, a asuntos opinables (mayormente políticos o ideológicos). Pero esa distinción, que en la práctica era ya muy difícil de mantener en los orígenes de la prensa escrita, cae por completo con la ampliación de los medios de información y comunicación. Tanto es así que hoy en día, incluso en lo que concierne al ámbito de la instrucción o educación, se hace ya difícil decidir qué es más decisivo: si la enseñanza reglada (pública o privada) o lo que se transmite a través de los medios de comunicación (particularmente a través de la televisión o de Internet).

Se puede hablar de “cuarto poder” desde el punto de vista de una teoría formal y procedimental de la democracia que atiende sólo a la división de poderes constitucionalmente aceptados. Pero si atendemos, en cambio, a la constitución material, no sólo formal, esto es, a la realidad de las cosas en las democracias realmente existentes, hay que reconocer que

existen también otros poderes, señaladamente: el poder militar (sólo parcialmente sometido a los gobiernos y parlamentos), el poder económico (sólo indicativamente controlado por los otros poderes del estado), el poder de las corporaciones profesionales (que actúan como grupos de presión relativamente independientes de los otros), el poder de la burocracia (no siempre dependiente de los gobiernos y de los parlamentos), el poder de los sindicatos (no siempre dependiente de algunos partidos políticos), etc. Estos otros poderes, y particularmente el militar y el económico, son calificados a veces de “poderes fácticos”, sugiriendo así que son poderes de hecho, por debajo o por encima de los poderes formalmente reconocidos.

La expresión “cuarto poder” sugería la existencia de un poder distinto de los otros tres e *independiente* de ellos, pero ignoraba o pasaba por alto el vínculo entre la prensa escrita y algunos de los poderes llamados fácticos. De hecho, todavía hoy cuando se habla de la independencia del “cuarto poder” se está pensando casi exclusivamente en su autonomía respecto del poder ejecutivo. Teniendo en cuenta, sin embargo, los vínculos existentes entre tales o cuales periódicos, radios o cadenas de televisión y determinados poderes económicos, es lógico que la independencia del “cuarto poder” se haya discutido de la misma manera que tiene que discutirse, en concreto, la independencia real del poder judicial respecto del poder político. Pues la prensa puede ser independiente del gobierno existente en tal momento, pero directamente dependiente de intereses económicos, a su vez, vinculados a otros partidos políticos o grupos de presión.

Esto último se sabe desde comienzos del siglo XX y probablemente fue el contraperiodista vienés Karl Kraus quien mejor lo vio. Solo que en la sociedad especular integrada, para decirlo con una expresión de Guy Debord, en la que todos los poderes antes mencionados (los fácticos y los otros) interactúan constantemente, toda independencia resulta ser ya más que relativa. Se puede estar de acuerdo en que la independencia del “cuarto poder”, como la del poder judicial, es un ideal o un *desiderata* generalmente aceptable, pero no es difícil constatar, al mismo tiempo, que las legislaciones vigentes en la mayoría de los países no garantizan, sin más, tal independencia. Y, por lo tanto, no se puede seguir aceptando que así, en general, el “cuarto poder” sea un elemento corrector de la deriva de la democracia representativa hacia la oligarquización. Suele jugar un papel en la alternancia gubernamental, pero no hace la democracia más participativa. En la gran mayoría de los países, lo que un día se llamó “cuarto poder” se ha ido convirtiendo en parte del poder gubernamental o en parte de otros poderes fácticos que aspiran al poder en sí. La prensa escrita ha sido desplazada por la televisión (y por la radio) y las grandes cadenas que dominan en ese ámbito, en el que se integran también los periódicos, son, por lo general, parte esencial de los poderes existentes. Hay excepciones, naturalmente, pero éstas son tan marginales o más que los terceros o cuartos partidos en el arco parlamentario.

Cuando el "cuarto poder" es parte del Poder

Uno de los efectos de la profunda renovación tecnológica aplicada a los medios de información y comunicación en nuestros países ha sido la colonización de los mismos por las grandes empresas y corporaciones casi siempre transnacionales. Durante las últimas décadas se ha asistido a un proceso caracterizado por la fusión y absorción de grandísimas empresas de la información y la comunicación que afecta a todos los países del mundo. Este proceso es parte del proceso más general conocido con el nombre de globalización y no se diferencia gran cosa de lo que ha ocurrido en otros ámbitos de la industria y de los servicios. Sólo que la fabricación de noticias, informaciones, imágenes y otros productos culturales tiene sobre la ciudadanía consecuencias un tanto distintas de las que tiene la fabricación y comercialización de zapatillas deportivas (aunque se rija por leyes por parecidas).

De acuerdo con estimaciones del sociólogo de la comunicación Herbert I. Schiller, ya en la década pasada los productos culturales mediáticos ocupaban el segundo lugar de las exportaciones de los EE.UU (después de la industria aeroespacial). La economía de la información y la comunicación representaba en 1990, en el mundo, un billón ciento ochenta y cinco mil millones de dólares, quinientos mil millones de los cuales en EE.UU. En la última década hemos asistido a la lucha de los nuevos colosos de los medios de comunicación para lograr una posición dominante en el mercado y situar sus productos en cada rincón del planeta: Disney-ABC, Westinghouse-CBS, Murdoch, Bertelsman, Sony, Polygram, Televisa dominaban el mundo de las imágenes y de la comunicación escrita. El criterio que rige esa lucha tiene muy poco que ver con las ideas y con las ideologías que estuvieron en los orígenes del "cuarto poder": la difusión de la mayoría de los mensajes y de las imágenes que forman el entorno simbólico de las personas se inspira en meros cálculos empresariales y en la mercantilización, en el vínculo que se crea con los principales anunciantes. Pues de ellos depende la programación y la transmisión de buena parte de los programas de mayor audiencia. La aspiración a la calidad, veracidad, instrucción, formación de los ciudadanos, etc., ha quedado relegada al imperio de un factor determinante: los paneles de audiencia, que, por otra parte son inducidos casi siempre por acuerdo entre las corporaciones citadas y las agencias de publicidad.

De este análisis se sigue que la potenciación del "cuarto poder" en la forma en que lo conocemos no es ya un freno, si es que alguna vez lo fue, a las tendencias oligárquicas en el seno de las democracias representativas sino más bien parte de la aceleración del proceso, parte del problema. Pues, como indicó Les Brown, al hablar de *los siete pecados capitales de la era digital*, el poder mediático realmente existente hace aumentar aún más las desigualdades, distorsiona la formación de la opinión pública, desintegra las comunidades,

establece una tiranía en los accesos a la comunicación, pervierte la noción de servicio público y distorsiona, en suma, la democracia.

Un ejemplo de distorsión flagrante de la democracia es lo que está ocurriendo con las cadenas públicas de televisión. Parece darse ya por supuesto que éstas tienen que depender, en casi todo lo importante, del poder ejecutivo, gubernamental. Son dirigidas por personas de confianza del partido gubernamental, las cuales proponen y fiscalizan la programación y en ocasiones hasta el personal colaborador. De ahí que los partidos de la oposición parlamentaria denuncien recurrentemente la manipulación e instrumentalización de los medios por parte del partido gubernamental. Pero cuando el resultado de tales o cuales elecciones generales produce la alternancia, la situación denunciada no cambia, solamente muta el color de la manipulación o instrumentalización. Ésta combina la transmisión directa de ideología (empezando por la ideología del fin de las ideologías) con la transmisión indirecta. Ya la organización del sumario de los telediarios, la selección de las imágenes que han de emitirse, su ubicación en el formato general de la programación de la mañana o de la noche, etc. vienen dadas por opciones ideológicas previas supuestamente desideologizadas por el lenguaje y el tono, la más de las veces neutro, que emplean los presentadores. Otro motivo más para que el porquero de Agamenón dude de la verdad que Agamenón transmite.

Circulación circular de la información

Uno de los resultados de la percepción generalizada de esta situación suele ser en nuestras sociedades la creación de comisiones de control de la televisión pública, el reparto pactado de la gestión las cadenas públicas cuando hay varias (caso de Italia durante algún tiempo) y la multiplicación de cadenas privadas que, en un principio, son presentadas a la opinión pública como garantes de la libertad de información y de opinión frente al gobierno o frente al estado y que, finalmente, sirven las mismas imágenes servidas por las mismas agencias y pagadas con los mismos anuncios. El análisis comparativo de los contenidos de los programas de las televisiones públicas y privadas en la mayoría de los países muestra que las diferencias de opinión en la mayor parte de los asuntos importantes (telediarios e informativos) son mínimas y que estas diferencias se acentúan forzosamente, en cambio, cuando se trata de competir por la audiencia (lo que quiere decir: por la publicidad) en asuntos menores pero que han sido trasladados a las franjas horarias más convenientes: deportes y otros espectáculos, concursos, teleseries de entretenimiento que forman o deforman el imaginario colectivo, etc.

Atendiendo a lo primero se ha hablado, con razón, de “circulación circular de la información” (Pierre Bordieu), y atendiendo a lo segundo, de trivialización o banalización de la opinión pública (Ignacio Ramonet). Un ejemplo de lo primero es la supuesta verificación de las noticias televisivas por el comentario periodístico escrito sobre lo mismo, tomando como un dato la verdad de la imagen. Queda hoy muy poco periodismo escrito que no tome como punto

de partida lo que se sabe que el lector ha visto ya la noche anterior en la televisión. Y una parte importante de las tertulias radiofónicas de mayor audiencia se basa en el comentario, por parte de personas afines al grupo empresarial correspondiente, de noticias e informaciones seleccionadas por la propia cadena. Un ejemplo de lo segundo, de la trivialización de la opinión pública, es la progresiva inclusión de los comentaristas de deportes (mayormente de fútbol) en el *staff* principal de los telediarios, de manera que la noticia (o el rumor) sobre el partido del fin de semana queda equiparado a la información sobre los desastres de la guerra u otras noticias importantes.

Controlar al controlador

De tal observación se ha pasado a esta idea: puesto que el “cuarto poder” es ya parte del poder integrado, del poder en sí, también el antiguo controlador de la democracia política tiene que ser controlado. En el informe del PNUD sobre desarrollo humano correspondiente al año 2002, que está dedicado a la profundización de la democracia en un mundo fragmentado, además de subrayar la importancia del sufragio universal, del sistema de representación y de la separación de poderes, se menciona explícita, y sintomáticamente, la necesidad de un control eficaz, desde la sociedad civil, del sector empresarial privado que incluye a los medios de comunicación.

A primera vista, esto parece una buena idea. Pero la primera cosa que habría que decir a este respecto es que también las comisiones de control de los medios de comunicación, surgidas hasta ahora de los parlamentos, son insuficientes. Éstas representan lo que representan, es decir, los intereses de los partidos políticos con representación parlamentaria. Pueden ser un freno momentáneo ante la manipulación o instrumentalización unidireccional, pero poco más que eso, puesto que en las campañas electorales apenas se discute sobre proyectos referidos a los medios de comunicación. Se da por supuesto que éstos son lo que son, se les da las gracias por el servicio de imagen y se discute, a lo sumo, la cuota alícuota que corresponde (traducida a minutos o segundos) a cada partido en función de la representación política existente. La paradoja perversa es que, por su parte, los grandes medios de comunicación suelen dedicar muchos minutos o páginas a criticar la falta de democracia interna en los partidos políticos (sobre todo de aquellos que no coinciden momentáneamente con sus intereses), pero callan siempre sobre la falta de democracia en la propia empresa: como ha escrito Ramonet, ni Ted Tuner (CNN), ni Murdoch, ni Bill Gates (Microsoft) ni ningún otro de los grandes patrones han sometido jamás sus proyectos al sufragio universal.

Para mejorar la democracia representativa se necesitaría, pues, algo más que eso, algo más que comisiones de control salidas de los parlamentos y formadas por los parlamentarios y sus consejeros. Se apunta así a un segundo nivel: el de la deontología de la

profesión periodística. Sobre esto se ha escrito mucho en los últimos tiempos, incluyendo varias tesis doctorales presentadas en las Facultades de la Información y la Comunicación. Por desgracia, suele ocurrir que en las Facultades de Periodismo y en los Colegios de Periodistas se explica una ética de la profesión y luego, en las empresas (públicas y privadas), se practica otra o ninguna. Para mostrar el trecho que va del dicho al hecho basta con comparar lo que en las comisiones deontológicas y en las tesis doctorales suele llamarse “periodismo de investigación” con lo que suele ser de hecho “la investigación” periodística, politiquera o chafarderamente orientada en tantos casos, y presentada, además, como servicio a la ciudadanía y a la libertad de expresión. Esta doble moral no es exclusiva, por supuesto, de la profesión periodística. Pero en las sociedades actuales tiene en el periodismo más relevancia que en otras profesiones.

La elección de la noticia, el tratamiento de la misma, las imágenes que la acompañan, la ubicación en el telediario o en el periódico correspondientes, no son, como se ha dicho, actos inocentes. Pero son actos que suelen quedar fuera de la consideración jurídica y, por implicación, al margen también de la consideración ética. Pues, por lo general, se da por supuesto en esos ámbitos que si jurídicamente no ha quedado probado el daño, entonces queda probado que el comportamiento ha sido ético. Se tiende a decir que lo “no-ético” es lo que hace el competidor. De ahí que algunos medios de comunicación escrita hayan implantado en los últimos tiempos la figura del Defensor del Lector. Significativamente, ese suele ser uno de los rincones más interesantes, aunque poco frecuentados aún, de los diarios actuales, porque en él (mucho más que en las Cartas al Director) se abordan no sólo discrepancias de opinión sobre contenidos, sino también, y principalmente, problemas referentes al tratamiento de las noticias y de las imágenes, y en él se suele dar la palabra al consumidor, que así puede dejar de ser ente pasivo. Lo cual no deja de ser una paradoja semejante a la de una democracia que, declarándose gobierno del pueblo, necesita defensor del pueblo.

Ya esto lleva la discusión a un tercer nivel: el del control de la información y la comunicación por parte de los consumidores interesados. Como no hay deontología profesional que valga sin criterios éticos generales previos, suficientemente discutidos, hechos explícitos, compartidos y concretados en normas, pronto se llega a la conclusión de que la garantía de la libertad de expresión dependerá, en última instancia, de la conciencia de la ciudadanía, de la capacidad que ésta tenga para organizarse y opinar en este asunto concreto. La libertad real de expresión en una sociedad que aspire a lo que quiere decir la palabra democracia (“gobierno del pueblo”) depende, sobre todo, del nivel de esta conciencia en la sociedad civil y de las medidas que, a partir de esa conciencia, se adopten para dar la palabra a las minorías infra-representadas que tienen algo que decir. Es en ese nivel en el que han surgido las propuestas actuales de redes alternativas y/o de uso alternativo de los medios de comunicación existentes, propuestas mucho más desarrolladas, por cierto, en los Estados Unidos de Norteamérica que en la mayoría de los países europeos. Desde esa perspectiva, se

entiende que la comunicación horizontal entre ciudadanos, facilitada en los últimos tiempos por Internet, sea presentada a veces, un tanto eufóricamente, como la posibilidad de creación de una nueva comunidad. Está por ver.