

JULIÁN RODRÍGUEZ PARDO

Directores

MIGUEL GIL

MÁRIO MESQUITA

Una de las metáforas más recurrentes y desgastadas a la hora de definir el estatus de los medios de comunicación durante los últimos cincuenta años ha sido la del cuarto poder. Casos como el Watergate, destapado por el *Washington Post* en los años setenta del siglo pasado o, más recientemente y en España, las investigaciones periodísticas de *El Mundo* sobre los casos Filesa o Gal, han reforzado la actualidad de una imagen cuyo sentido parece a veces pervertirse. De hecho, no muchos conocen que la metáfora del cuarto poder se remonta originalmente al siglo XVIII, cuando el inglés Edmund Burke conjuga ambos términos para referirse a la extraordinaria influencia en la opinión pública que la prensa tendrá como consecuencia de su capacidad de control y publicidad sobre las acciones de los gobernantes, parlamentarios y jueces.

Hoy, más de dos siglos después, los excesos de los medios de información, junto con la *mediatización* de la política y los políticos, han transformado el significado de dos instituciones esenciales para todo Estado de Derecho que se precie de serlo, y cuya relación se ha definido básicamente por su intensa dificultad; incluso, desde mucho antes de que Burke hablara del cuarto poder y, hoy, su extraordinaria ocurrencia nos parezca propia de alguien ingenuo.

Desde la invención de la imprenta en el siglo XV y la concesión de los primeros privilegios feudales y reales para su uso, que escondían un rotundo

añan de censura, el lugar de reyes y gacetilleros, políticos y periodistas, ha estado nítidamente definido, siendo ambos conscientes del cuándo, cómo y por qué de aquellas ocasiones extraordinarias en las que podían traspasar sus fronteras, con independencia de que cada régimen político fijara sus propias reglas de juego. Sin embargo, la evolución –¿o involución?– reciente de ambos poderes en algunos países democráticos y garantistas, obliga a repensar el papel que periodistas y políticas desempeñan, más allá de sus estrictos deberes profesionales y la naturaleza de servicio a la sociedad de sus trabajos.

Hoy, los hilos del tapiz mediático y político se enmarañan de forma peligrosa, anudando nuevas relaciones de difícil definición y consecuencias impredecibles; porque hablar de *Prensa y Política* es referirse a los monopolios y oligopolios informativos conformados al amparo de concesiones gubernamentales, a la perniciosa mezcla de información y opinión periodística, al rédito ideológico del fin del mito de la objetividad, a la radical diferencia de intereses entre periodistas y empresarios de la información, o a un nuevo discurso político más centrado en los medios –de comunicación– que en los fines.

EN LA SALA AZUL DEL PALACIO DE CONGRESOS: ESCENARIO, GUIÓN Y PROTAGONISTAS. Con esta compleja relación como trasfondo, *Ágora Academia* se atrevió a reunir en su VIII edición a políticos, periodistas, directores de cadenas de televisión, relaciones públicas y académicos, para dialogar sobre sus causas y consecuencias, así como definir el estado de la cuestión y adivinar las claves que la rigen. Por ello, algunos de los invitados fueron específicamente escogidos, gracias a unas trayectorias profesionales en las que se han conciliado –si es que esto fuera posible– puestos políticos y periodísticos.

En esta ocasión el lugar elegido para el debate fue el Palacio de Congresos de Badajoz, prácticamente aún en fase de estreno, al que acudió también un puñado heterogéneo de espectadores: periodistas, estudiantes y profesores de lengua portuguesa –rostros ya habituales de *Ágora*–, profesionales de otros sectores, amas de casa interesadas en la reflexión sobre un tema que afecta a todos los ciudadanos, estudiantes de la Licenciatura de

Comunicación Audiovisual de la Universidad de Extremadura y, también, estudiantes de facultades de Comunicación lusas.

Durante día y medio, 22 y 23 de octubre, la acogedora Sala Azul del Palacio Manuel Rojas se convirtió en el escenario intelectual de este diálogo; como fondo, los restos de piedra del antiguo Baluarte de San Roque, hoy recuperados como elementos decorativo y sustantivo del Palacio; sobre él, la proyección del cartel de la VIII edición de *Ágora*.

Tras la inauguración oficial, Miguel Gil y Mário Mesquita, directores del curso, perfilaron el paisaje de esta edición de *Ágora*; ambos poseen un sólido bagaje político y periodístico y, hoy, ocupan los puestos de Director de Relaciones Institucionales del grupo español PRISA y Profesor de la *Escola Superior de Comunicação Social* del Instituto Politécnico de Lisboa, respectivamente. Conocedores de los intrínquilis de la relación entre *Prensa y Política*, pusieron de relieve algunos de los *quids* de un conflicto permanente que, como expresó Miguel Gil, la globalización ha dotado de nuevas dimensiones.

Desde su visión española, la realidad muestra una invasión del espacio político por parte de la prensa, y del espacio mediático por parte de los políticos, lo que calificó como un error que, con el tiempo, pasará factura a ambas instituciones. La consecuencia más inmediata de esta falta de definición de cada esfera es la pérdida de su credibilidad y fiabilidad entre los ciudadanos, pese a que son estos quienes legitiman una y otra a través del voto en las urnas y de la compra y consumo de los distintos medios de comunicación.

Desde el espacio portugués, Mário Mesquita no difirió en lo esencial de su discurso. Las concomitancias entre periodistas y políticos existen en la medida en que ambas pueden suponer una concentración de poder y comportan la defensa de unos intereses ideológicos. Sin embargo, se hace imprescindible distinguir entre la institucionalización de ambos poderes y el poder individual de los profesionales: así, el poder de la prensa no puede entenderse como un reflejo del que poseen los periodistas; ni el poder de la política, como una proyección del que detentan gobernantes, parlamentarios y militantes. Su institucionalización, a través de los partidos políticos, de Gobiernos concretos y de empresas de comunicación –en un mercado

altamente concentrado— ha sido el detonante de este proceso, hasta tal punto que la prensa, la radio y la televisión han abandonado su labor de cronistas para convertirse en el único escenario de los acontecimientos, mediante la recreación mediática del tiempo, del espacio y de la propia realidad.

Prensa y Política. De poder a poder, el título de este *Ágora*, describe con precisión suiza una realidad hasta ahora desconocida, que se sitúa mucho más allá del clásico control recíproco entre unos y otros profesionales.

DÍA 1. DE LA ARGUMENTACIÓN ACADÉMICA A LA POSICIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL.

EL PLURALISMO INFORMATIVO A AMBOS LADOS DE LA RAYA.

José Manuel Nobre Correia, profesor de la Universidad Libre de Bruselas, portugués de nacimiento y exiliado durante la dictadura de Salazar, llegó desde Bélgica para retratar la situación de los mercados de comunicación en ambos países, ofreciendo una visión esencialmente académica del asunto. Desde su puesto de coordinador del *Observatoire des Médias en Europe*, conoce a fondo las implicaciones mediáticas de las decisiones políticas, en especial en su papel de instrumentos configuradores de los mercados de medios; entre los proyectos que tiene en marcha, destaca una ambiciosa investigación sobre la Historia, Economía y Sociología de los Medios de Comunicación en Europa; y entre sus quejas, una protesta de viva voz por la dificultad que tiene para conseguir periódicos portugueses en el extranjero debido a sus precios desorbitados y a la falta de una buena distribución.

Su conferencia, que inauguró el diálogo del curso, exigió la exposición de algunas premisas sobre la caracterización socio-política de cada país, sin las cuales resultaría difícil explicar y entender el porqué de las peculiaridades de cada sistema mediático. En ambos casos, no obstante, se ha producido un recorrido histórico, hasta cierto punto, similar, si lo referimos al siglo XX; no obstante, los respectivos mercados de medios reflejan divergencias evidentes, tales como el uso lingüístico, la posición centralista o no del Estado y la Administración Pública, o la misma pluralidad geográfica e idiomática de los medios.

Así, frente a una España constitucionalmente vertebrada desde la cooficialidad lingüística y la descentralización —a través de un alto nivel de transferencia de competencias a las Autonomías—, Portugal destaca por un modelo similar al francés, con un Gobierno central fuerte, una escasa descentralización político-administrativa y un absoluto monolingüismo. El resultado de todo ello se plasma en una prensa, radio y televisión con una parca presencia local que, además, por falta de consumidores no siempre llega a todos los rincones del territorio luso.

La diferencia más radical, no obstante, deviene de la acusada neutralidad o, al menos, equilibrio ideológico en las informaciones de los medios lusos, en los que es posible encontrar en un mismo periódico, por ejemplo, comentaristas de distinto signo político e informaciones con enfoques políticos contrarios referidos a un mismo gobierno. De este modo, Portugal atesora un rico pluralismo interno en sus empresas de comunicación que hoy se hace difícilmente perceptible en los medios de comunicación españoles, enrocados en posiciones políticas radicales y sin intención de abandonarlas. Esta situación remite a etapas anteriores, caracterizadas por un periodismo puramente ideológico, que desdeñaba lo informativo, que de alguna manera contradice la esencia de una profesión donde la complementariedad de los puntos de vista ha constituido tradicionalmente algo más que una exigencia ética y profesional.

Al respecto, el profesor Nobre Correia definió la situación española como un mercado periodístico en el que los medios realizan sus afirmaciones políticas, sin dejar de ser críticos con el poder; en cambio, en su opinión, la posición de los medios portugueses, en su intento de convertirse en el fiel de la balanza, es de claro contra-poder, sea cual sea el signo ideológico de este; es más, tanto es así que esta falta de definición ideológica clara de los *mass media* lusos permiten calificarlos de anti-poder, al no circunscribirse a corriente de pensamiento alguna en concreto.

Las palabras del profesor sugirieron a los presentes la vaciedad de la aplicación del término *cuarto poder* a la prensa portuguesa; puesto que desde la perspectiva de un anti-poder, el periodismo desideologizado no es tan siquiera un elemento de control de los otros poderes fácticos —legislativo, ejecutivo

y judicial—; es tan sólo, podemos pensar, un espejo de la realidad sin lentes deformantes, cuando quizá los medios de comunicación sí están llamados en nuestra sociedad a interpretar los hechos a los que se refieren.

Como no podía ser de otra manera, la exposición de esta radical diferencia entre los medios de comunicación portugueses y españoles suscitó una gran parte de las preguntas y comentarios del público asistente. En realidad, generó un fluido coloquio al que la falta de tiempo, por desgracia, restó la oportunidad de ir más lejos e impidió que los acompañantes en la mesa del profesor Nobre Correia, Miguel Gil y Mário Mesquita pudieran ser más exhaustivos a la hora de realizar sus propias aportaciones sobre un asunto que conocen desde dentro de la profesión y tras haber pasado ambos por posiciones políticas.

Pese a esta falta de tiempo, el diálogo sirvió para remarcar la disparidad de enfoques de unos y otros medios nacionales: la falta de definición política de los medios de comunicación portugueses fue achacada a su necesidad económica y, por tanto, al deseo de captar audiencia entre todos los sectores ideológicos de la población, procurando reflejar el sentir político del mayor número de ciudadanos posibles, que son tratados así como consumidores; para el conferenciante, es en el caso de los periódicos locales donde se comprueba con mayor abundancia este signo, ya que en otras situaciones, como el caso de las revistas de información general o de los diarios nacionales, la indefinición se transforma en búsqueda del equilibrio de opiniones a través de la concurrencia de firmas de distinta ideología.

De esta situación, y frente al caso español, se deriva casi de forma forzosa un ambiente mediático menos enrarecido que el de España, de menor choque entre los propios medios de comunicación y, lógicamente, entre éstos y los políticos. Sin embargo, el reflejo periodístico de esta equidistancia, no convence personalmente al profesor Nobre Correia que confesó implícitamente preferir la opción española, al declararse lector diario de *El País* y valorar muy positivamente su visión informativa de la realidad, especialmente en el caso de su sección de Internacional. Esta confesión, al hilo de una pregunta realizada por este cronista, fue quizá el único instante de su intervención en donde el profesor mostró una clara posición ideológica, tras haber trazado

con rigor, pero asépticamente, un esbozo de los grupos empresariales que dominan ambos mercados de medios. Frente a la vehemencia española, Nobre Correia refrendó con su prudencia y equilibrio, el sosiego portugués.

Al hilo de esta idea, Mário Mesquita quiso matizar el retrato de la realidad periodística portuguesa, cuestionando su neutralidad o, al menos, su neutralidad total en los términos expresados por el profesor Nobre Correia. Por eso, no dudó en manifestar su convicción de que el centro-izquierda político portugués no está suficientemente representado en el elenco de medios de comunicación portugueses, constatando una ligera primacía de los grupos empresariales simpatizantes de la derecha y del centro-derecha.

Sin embargo, frente a la posición crítica hacia este tipo de prensa neutral mostrada por Nobre Correia, el codirector del curso se situó en una posición menos radical con respecto a los inconvenientes de este equilibrio, acudiendo como botón de muestra al caso estadounidense, donde el pluralismo ideológico interno es una realidad asumida y casi exigida por parte de empresarios, editores y redactores, que se refleja en sus editoriales y columnas; lo que no conlleva obligatoriamente una falta de definición política del medio, especialmente en los períodos electorales, donde la pluralidad ideológica se complementa con la petición expresa del voto para uno de los dos grandes partidos.

Lógicamente, se produjeron coincidencias con el conferenciante al señalar Mesquita que es el miedo a una posible pérdida de público, en un mercado muy limitado y bajo una situación económica nacional no demasiado positiva, el que lleva a los medios portugueses a evitar la toma de posturas claras y contundentes. La lectura de esta realidad hecha por el moderador fue positiva, puesto que considera que la frontera entre *Prensa y Política* se traspasa en el instante en que los medios de comunicación no distinguen nítidamente entre su función informativa y su función de toma de postura o de opinión.

La contrarréplica del conferenciante vino dada por una mayor especificación del sentido de sus palabras, al explicar que con el uso del término neutralidad no se refería a una falta de posturas ideológicas, sino a la búsqueda de un reflejo equilibrado de las mismas. Al respecto, la aportación de Miguel Gil a este diálogo, presente también en la mesa, introdujo un

elemento imprescindible para cualquiera de ambos sistemas: la necesidad de que, se opte por una u otra posición, se haga desde la transparencia hacia el lector, quien siempre corre el peligro de ser el gran olvidado por parte de periodistas y políticos.

Al margen de la discusión en torno a estas disensiones nacionales, y con la mirada puesta sobre el futuro más inmediato, se constató una tendencia hacia un nuevo periodismo, con amplios tintes de entretenimiento, que especialmente se entrevé en los contenidos y tratamiento informativo de la llamada prensa *on line*; de este modo, y según el conferenciante, la prensa tradicional muestra una evolución hacia un modelo que va más allá de lo puramente informativo, pero que parece ser su única alternativa factible de supervivencia en unos mercados cada vez más competitivos.

CUERPO A CUERPO: LOS GRUPOS MEDIÁTICOS Y LOS PROFESIONALES DE LA POLÍTICA. ¿CUÁL ES SU RELACIÓN?

La conferencia de Nobre Correia tuvo su oportunidad en la capacidad y conocimientos del profesor para pergeñar con simplicidad los grandes rasgos de los mercados mediáticos de España y Portugal, estableciendo un catálogo de grupos y medios junto a su más sobresaliente caracterización política. La presencia de los codirectores del curso en la mesa de conferencias sirvió, además, para transformar el turno de preguntas en un animado coloquio entre los tres, al que se sumó la participación del público. Afortunadamente, porque la interacción siempre da buenos resultados y hace las delicias de los presentes, el diálogo tuvo su continuidad tras la comida con la primera mesa redonda del curso, que se presentó bajo el título *Grupos mediáticos y relaciones con la política*, y añadió el ingrediente de espontaneidad y pasión que no siempre nos caracteriza a los académicos.

Juan Tapia, periodista y ex director del diario La Vanguardia –del que estuvo al frente durante trece años–, voló desde Barcelona para compartir su tiempo y experiencias con los asistentes, hoy también centradas en el ámbito del periodismo audiovisual; Daniel Gavela, desde 2006 director general del canal de televisión Cuatro, se acercó desde Madrid en representación del grupo PRISA y sorprendió positivamente a los asistentes con una retórica poco habitual entre los ejecutivos de empresa; Belarmino García, tras su paso por la operadora

de telecomunicaciones France Telecom, viajó también desde Madrid, pero ya como Consejero Delegado del grupo de origen vasco *Vocento*, cuya raíz se halla en *El Diario Vasco*; Daniel Proença de Carvalho, ex ministro portugués de Comunicação Social y ex presidente del operador público Rádio e Televisão de Portugal, se desplazó desde Lisboa; desde esa misma ciudad, también viajaron hasta Badajoz Eduardo Marçal Grilo, administrador de la Fundação Calouste Gulbenkian, dedicada a la promoción de actividades culturales y educativas, y Mário Bettencourt Resendes, actual defensor del lector en el matutino *Diário de Notícias* que, con una tirada de más de treinta mil ejemplares, se sitúa entre los periódicos portugueses de referencia.

A Miguel Gil le correspondió esta vez dar paso a las distintas intervenciones y encauzar el diálogo de una mesa caracterizada por un alto pluralismo interno en cuanto a los bagajes profesionales de sus integrantes y, por tanto, abocada a una discusión sana y sólida. Para ello, optó por centrar el tema propuesto en torno a una serie de preguntas que evitaran la dispersión de las intervenciones, dada la amplitud de los ítems que podrían englobarse en la reflexión sobre la relación de la política y los grupos de comunicación. De entre estas interrogantes, los invitados a la mesa se extendieron, sobre todo, en tres de ellas: ¿son los grupos mediáticos un contrapoder?, ¿es posible hablar de medios nacionales en un mundo globalizado?, ¿se justifican los grandes operadores públicos de radiotelevisión en un mercado de competencia?

La disparidad de las respuestas fue absoluta, no sólo porque su trasfondo pareció inseparable de la propia experiencia personal de los invitados, sino también por la diferencia de tiempos que cada uno de ellos se tomó, su capacidad de síntesis y el propio modo en que abordaron su exposición: desde el laconismo periodístico de Juan Tapia hasta la retórica más pausada de Eduardo Marçal Grilo; y desde las respuestas enumeradas hasta el discurso sin discontinuidades, cada aportación contribuyó a recuperar el auténtico sentido de la palabra *Ágora*.

En primer lugar intervino el periodista Juan Tapia quien consideró que en la actualidad se está viviendo un momento de ruptura con la tradición de una prensa independiente. Dicha fractura se hace más honda cuando se traslada al ámbito de los conglomerados mediáticos, es decir, de los llamados

grupos de comunicación, dada su sujeción a las decisiones políticas sobre concesiones de licencias de radio y de televisión; de tal modo que los medios audiovisuales son, por definición, aún menos independientes que la prensa que, a su vez, está cada día más integrada en estos grupos. A ello se debe añadir el hecho de que, a su juicio, la influencia de los diarios en la opinión pública es menor que la del conjunto del grupo de comunicación.

Sentada esta base de su discurso, pasó a hacer una descripción de la posición ideológica de los grupos mediáticos españoles más importantes e, incluso, de sus propias contradicciones ideológicas internas –como poseer *La Razón* y *Avui* simultáneamente, en el caso del grupo Planeta–, lo que pone de manifiesto la relación que existe entre esta falta de coherencia y el objetivo crematístico empresarial.

Finalmente se refirió a la cuestión de la televisión pública en España, un asunto de enorme actualidad en los últimos años, considerando que el único sentido posible de la supervivencia de los operadores públicos nacionales es su paso al modelo europeo, es decir, con una función clara y esencial de servicio público sustentada por el canon económico pagado por los ciudadanos; de no ser así, la justificación de la televisión pública desaparece y ésta sufrirá una lenta decadencia, de la que quizá sólo se salven las radio-televisiones públicas de las comunidades autónomas históricas, esto es Cataluña, Galicia y el País Vasco.

Daniel Gavela, conocedor de la historia empresarial del grupo PRISA y, quizá, conmovido por el éxito de ventas del nuevo *El País* –lanzado justo el día anterior a su presencia en *Ágora*–, afirmó creer que el principio y fin de los mercados y grupos mediáticos actuales sigue siendo el periodismo, es decir, la información; es más, en su opinión, el periodismo es uno de los dos elementos determinantes de la relación *Prensa y Política*, y, aunque pudiera no parecerlo, el periódico continúa siendo el eje que define lo que un grupo de comunicación es, pese a su diversificación.

Tradicionalmente, y remontándose a los orígenes del periodismo profesional –que se sitúa en el siglo XIX–, se advierte que una parte importante de la prensa era política, esto es, un medio de agitación popular con un cierto trasfondo romántico debido a las características de su tiempo; pero con la

llegada de la democracia se produce una tendencia hacia una mayor profesionalización de la información, gracias a que los periodistas pueden abandonar ya su función política, al ser los poderes legislativo y ejecutivo elegidos por los ciudadanos. Por otra parte, este hecho, la alternancia política en el poder, no aconseja a los medios de comunicación mostrar posturas excesivamente radicales en sus críticas. Aun así, durante el siglo XX ha existido una cierta prensa de partido que, finalmente, moriría.

La actualidad, la llamada democracia mediática, nos sitúa ahora en un escenario donde periódicos y emisoras de radio son nuevamente agitadores de las masas y asumen funciones que en realidad no les corresponden del todo, debido también a la excesiva burocratización de la política.

En síntesis, para Daniel Gavela, las relaciones entre políticos y periodistas se rigen por la incomodidad del poder ante la autonomía de los medios de comunicación; una incomodidad que se mitiga a través de los distintos resortes que los gobiernos han encontrado en la prensa, la radio y la televisión para presionar a los empresarios que los poseen.

Mário Bettencourt Resendes situó como punto de partida una evidencia que define impecablemente las múltiples aristas de este conflicto: las relaciones entre prensa y política son siempre de riesgo, especialmente en la medida en que las distancias se acortan y se produce una mayor proximidad entre unos y otros profesionales.

Esta circunstancia, que el propio periodista luso calificó como un marcado y perjudicial déficit de distanciamiento, tiene un cierto carácter promiscuo al difuminar las fronteras de cada territorio; no obstante, no debe olvidarse que la tradición periodística de cada país condiciona el modo en que se fragua el carácter de esta relación y, por tanto, el comportamiento de políticos y grupos mediáticos. En el caso portugués, la antes aludida, criticada y ensalzada neutralidad —o búsqueda de equilibrio— está en conexión con un pluralismo ideológico que, al margen de la necesidad de conservar a los lectores, la opinión pública lusa valora muy positivamente.

Belarmino García, casi estrenándose en su nuevo papel de directivo del grupo Vocento, habló de su corta experiencia mediática y centró el quid de esta relación en el contrapoder que los medios de comunicación deben ser

por definición; esto es, en su papel de indicadores de límites a la actuación de los otros poderes, haciendo públicos sus excesos, pero sin caer en esta misma trampa.

De ahí que le resulte comprensible el deseo de los políticos de utilizar a los medios de comunicación en su propio beneficio, lo que no deja de ser un camino de ida y vuelta, dado que los periodistas necesitan a los políticos como fuentes; es decir, se trata de una relación de dependencia por ambas partes, con papeles cambiantes, según las circunstancias y necesidades. De hecho, los medios de comunicación, como servicio público que son con independencia de su titularidad, exigen constantemente independencia y ausencia de influencia política en la vida empresarial, con objeto de poder afirmar de forma clara el derecho a la información de los ciudadanos. Pero también es cierto que existe, cada vez más y en el ámbito internacional, una toma de posiciones ideológicas por parte de los medios que, en ocasiones y contrariamente a lo que debe ocurrir, se transforma en un claro partidismo.

La posibilidad de erradicar los vicios que se han creado en esta relación pasa por la acometida de algunos cambios: un menor intervencionismo estatal en la concesión de las licencias de radio y televisión –para lo que sería necesaria la creación de autoridades audiovisuales independientes, en forma de consejos audiovisuales–; la falta de distinción entre el servicio público y la gestión pública de los servicios, que implica la confusión entre propiedad de los medios y sus obligaciones hacia la sociedad, en calidad de tales; una mayor autonomía financiera por parte de los medios de comunicación; y, en general, un menor clientelismo y discrecionalidad por parte de ambas instituciones.

Daniel Proença de Carvalho enmarcó sus ideas en las diferentes evoluciones políticas de España y Portugal que, como ya había señalado el profesor Nobre Correias, han supuesto una configuración diferente de sus respectivos mercados mediáticos. Estas circunstancias fueron resumidas en: las distintas transiciones políticas hacia la democracia; las peculiaridades nacionales de cada uno de los procesos de desregulación, es decir, de liberalización de los mercados mediáticos; y de la divergencia que debe señalarse entre lo que se debe denominar como grupo mediático y grupo económico o empresarial con medios de comunicación.

Por eso, y atendiendo a su propia identidad, los medios informativos lusos no se muestran desde posiciones políticas radicalizadas o polarizadas, sino desde posturas más moderadas, lo que quizá haya sido motivado también por la falta de grupos mediáticos con una fuerte implantación en el país. Del mismo modo, reconoció que la búsqueda de públicos amplios es otra de las causas probables del equilibrio ideológico de los medios portugueses, lo que llevado a sus extremos implica una falta de afirmación del pluralismo y, por tanto, una gran dificultad para que los ciudadanos puedan interpretar la realidad en una clave política determinada.

Sobre la capacidad de presión mutua entre periodistas y políticos, indicó que todo político tiene por definición un claro deseo de influencia sobre los medios de comunicación, aunque curiosamente son estos los que en realidad influyen de un modo más decisivo sobre la opinión pública –lo que quizá explique el deseo anterior–. Así, este poder de influencia se halla en proporción al grado de concentración mediática de cada mercado y ofrece como resultado que la libertad de información que las Constituciones democráticas consagran se convierte, por uno y otro motivo, en un objetivo difícil de alcanzar.

De hecho, es bajo esta perspectiva desde la que mejor se puede entender la necesidad y justificación de la existencia de los operadores públicos de radio y televisión: por una parte, como reflejo del deseo del Estado de controlar a los medios de comunicación; y por otra, como garantía para el ciudadano de un derecho a la información veraz.

Finalmente, y dentro de la primera ronda de exposiciones, Eduardo Marçal Grilo apostó por un análisis desdramatizado y distanciado de esta relación, que se da de un modo conflictivo desde hace mucho tiempo y, en consecuencia, ha atravesado por distintas etapas. Por ello, su estudio debe centrarse en observar si esta interacción clásica ha evolucionado de forma positiva o negativa, teniendo en cuenta que se trata de un matrimonio decidido o necesitado por ambos que, de alguna forma, tiene como base primordial el sentido del espectáculo. Como tal, constituye una relación delicada en la que el político debe ser capaz de tener una visión a medio plazo y comprender que su intento de manipulación del periodista llevará a un enfrentamiento

fuerte con este –quien todavía ostenta el carácter de contrapoder–, en el que probablemente sea el político quien pierda. Así, como en el caso español, la introducción de la figura de los defensores del lector y de otros mecanismos de autorregulación, ha supuesto para Portugal una mejora en la calidad de esta relación forzosa.

Al margen, y como ya había señalado Belarmino García, no conviene olvidar que la fortaleza económica de un grupo mediático garantiza su independencia. De hecho, la importancia de los grupos de comunicación está relacionada indefectiblemente con el cumplimiento del llamado servicio público, que no es de ejercicio exclusivo por parte de los operadores estatales, sino de obligado cumplimiento para todos los medios.

La exposición prolija de argumentos, que caracterizó prácticamente a todos los invitados, imposibilitó la realización de un turno amplio de preguntas y respuestas entre ellos y con el público asistente; pese a todo, hubo tiempo para alguna pequeña intervención, como la del conferenciante inaugural –el profesor José Manuel Nobre Correia– que permaneció en este *Ágora* periódico-político durante sus dos días de duración.

El académico quiso referirse al tema de los operadores públicos de televisión, especialmente en lo concerniente a su misión de servicio público, su justificación legal y su financiación; para ello, aludió a las palabras de admiración que Eduardo Marçal Grilo había dedicado a la televisión pública estadounidense –PBS–, criticando que éste hubiera recurrido a ese ejemplo cuando existen en Europa multitud de casos de operadores públicos cuyos ingresos no provienen del Estado. La respuesta de Marçal Grilo fue contundente y provocó algunas sonrisas entre el público: se había referido al caso estadounidense, ¡porque le gusta y no tiene complejos!

Volviendo al debate general, una de las preguntas del público inquirió sobre la naturaleza de las rutinas profesionales actuales de los periodistas, que parecen depender cada vez más de los gabinetes de prensa políticos, consolidándose así una especie de relación de mutua necesidad. Daniel Gavela quiso contestar la cuestión y manifestó que la auténtica necesidad de los medios de comunicación es la de disponer de los usuarios suficientes para poder sobrevivir económicamente; sin embargo, reconoció que la institucionalización de

la prensa y la política han llevado a que ésta ocupe un territorio demasiado amplio, de la que ahora los medios intentan huir tras haber contribuido intensivamente al nacimiento de la actual “democracia declarativa”; para Belarmino García hay una distinción nítida entre la política nacional y la política local o cercana, que sí interesa a los lectores, oyentes y telespectadores; su sobreabundancia o no dependerá, en todo caso, del perfil o *target* del medio.

PROFUNDIZANDO EN EL CONOCIMIENTO MUTUO: LAS RELACIONES ENTRE POLÍTICOS, EMPRESARIOS Y PERIODISTAS.

La densidad de los argumentos anteriores aumentó en el tramo final de la tarde, cuando la segunda mesa redonda redundó en el estudio del casi imposible equilibrio entre *Prensa y Política*; pero, si en el caso del coloquio anterior se había optado casi inconscientemente por una visión empresarial de este asunto, los nuevos invitados introdujeron otros elementos y consideraciones que sirvieron para completar el abanico de matices y opiniones que se habían expresado poco antes.

En esta ocasión, ni Miguel Gil ni Mário Mesquita ejercieron como conductores del debate, sino que fue el periodista catalán Ramón Font quien realizó las funciones de moderador. Font es actualmente Secretario de Comunicación de la Generalitat de Cataluña, tras haber desarrollado casi toda su biografía periodística en la radio y la televisión pública española. A él se sumó en la mesa Miguel Ángel Sacaluga, quien hoy es miembro del Consejo de Administración de la nueva Corporación Radiotelevisión Española y, durante mucho tiempo, ejerció como periodista en esa misma casa; además, entre sus méritos profesionales se halla también la Jefatura de Prensa de la Federación Socialista Madrileña. Junto a él, el actual Defensor del Lector del diario *El País*, José Miguel Larraya quien, debido a las funciones de su cargo, conoce a fondo las inquietudes, quejas y desencantos periodísticos de los lectores. Desde Portugal la periodista Estrela Serrano presentó una mucho más que exhaustiva reflexión acerca del tema, dada su calidad de profesora universitaria y miembro de la *Entidade Reguladora da Comunicação Social* portuguesa. Por último, y también procedente del país vecino, Luís Paixão Martins aportó la perspectiva de quienes se ocupan de los gabinetes de comunicación y marketing electoral de

los políticos y, por tanto, crean sus imágenes mediáticas, gracias a su cargo de Presidente de LPM y a su liderazgo en el sector.

El moderador, huyendo de todo afán de protagonismo, sentó brevemente las bases de la discusión al describir la figura conjunta de periodistas, políticos y empresarios como la forma geométrica de un triángulo; en el caso español, el equilibrio de poder que parecen compartir lo ha convertido en equilátero; en el caso portugués, la desigualdad de cada uno de estos estamentos lo define como escaleno, en cuya base se sitúan los profesionales de la información y cuyo lado más corto está ocupado por los empresarios.

La primera y más larga exposición, también la más multimediática, correspondió a Estrela Serrano, que se alejó del análisis de esta metáfora y enfocó su intervención hacia el estudio del comportamiento de estos tres poderes, de sus relaciones recíprocas y de los mecanismos reales de control que poseen. ¿Qué clases de relaciones circulares se establecen entre ellos?, ¿cómo se realiza el control de unos sobre otros? o ¿cuál tiene mayor peso en la determinación de la agenda informativa?, fueron algunas de las cuestiones que se propuso desarrollar en una auténtica carrera contra el escaso tiempo disponible.

La complejidad de este puzzle se hizo manifiesta al examinar cuidadosamente cada una de las posibilidades de esta relación y sus consecuencias reales: el control del poder económico sobre los medios y los políticos; el control de los medios sobre los políticos y el poder económico; y el control del poder económico sobre los políticos y los medios. Se evidenció así la necesidad de matizar *ad infinitum* cada una de las circunstancias de estas relaciones, al comprobar que la apariencia externa de control no siempre se corresponde con la realidad interna que, en este caso, exige una reflexión acerca de la presión que anunciantes, empresarios y partidos políticos ejercen sobre quienes los integran. Al margen de este círculo vicioso parece quedar el público, la audiencia, que es tratada de diferente modo en función de los intereses del medio en cada momento, que se reflejan en el distinto tratamiento que se hace, por ejemplo, de información y opinión. No obstante, esto no garantiza siquiera el control total de la opinión pública por parte de los medios de comunicación. Por otra parte, no debe ignorarse que en la labor periodística hay una base cultural y antropológica que, de alguna manera, impone visiones preconcebidas, estereotipos y

generalizaciones: los periodistas reciben presiones dentro de sus empresas, que proceden del afán de lucro de los empresarios, de las exigencias de los anunciantes, y de las diversas herramientas de control laboral interno a través de la política de nombramientos y la rescisión de contratos. Por otra parte, y desde el ámbito externo, el poder político intenta influir a través de la aprobación de leyes y la concesión de licencias, cercenando así parte de la autonomía de los medios. Dentro de este complejo entramado, los políticos están sometidos, entre otras, a las presiones del poder económico que pueden ser mayores que las procedentes de los *mass media*.

Afortunadamente, expuso Estrela Serrano, la llegada de la Sociedad de la Información y la extensión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, suponen una ruptura con la inercia de ese círculo, al sobreponer el caos al control y poner fin a la tradicional dicotomía entre políticos y periodistas. Así, como consecuencia de esta revolución y de otros cambios que se producen en la industria, las noticias son hoy, también, informales, cínicas y distanciadas, al conceder a los usuarios individuales la oportunidad de contrastar multitud de fuentes informativas y difundir sus propias opiniones y noticias.

De una forma más sintética José Miguel Larraya recurrió a un principio comúnmente aceptado en las llamadas sociedades occidentales para iniciar su intervención: “la calidad de la prensa de un país constituye un claro indicador de la calidad y salud de su democracia”. Desde este planteamiento ofreció una distinción de las características que poseen la prensa, la radio y la televisión, e hizo hincapié en la seriedad en el tratamiento informativo que tradicionalmente ha mostrado el primero de los medios y que, a día de hoy, todavía conserva.

Como buen conocedor de los entresijos del quehacer informativo, afirmó que la relación laboral de los periodistas tiene un carácter especial, puesto que se inscribe en el desarrollo de un trabajo en empresas que, por su labor, son también especiales y que, pese a los condicionantes que puedan imponerles, los necesitan. A la vez, el trabajo periodístico convierte a quienes lo realizan en unos profesionales con cualidades singulares, al ser valorados tanto por las noticias que suministran como por la información que poseen y no dan.

De hecho, se ha afirmado en multitud de ocasiones que su auténtico valor estriba más en lo que callan que en aquello que dicen. Sin duda, aludía con sus palabras a la necesidad de libertad interior y exterior que todo trabajo intelectual requiere.

El más que difícil binomio entre medios de comunicación y audiencia se resuelve, a su vez, en la medida en que los primeros no defrauden a sus lectores, oyentes y telespectadores, estando condenados al fracaso cuando se ponen al servicio de intereses ajenos a lo que es la esencia del periodismo. Aun así, no dudó en afirmar su convicción de que la capacidad de un medio de comunicación para cambiar la historia es pequeña.

Por su parte Miguel Ángel Sacaluga comenzó por situar como clave del conflicto a la denominada independencia del profesional, siendo consciente de que existen claras limitaciones sobre esta, y de distinto cariz, en función de que el trabajo se realice para medios públicos o privados; al menos, en la teoría. Sin embargo, no son sólo los periodistas quienes deben conservar la mayor independencia posible, pues en esta relación de ida y vuelta existe la posibilidad de que los políticos renuncien a la suya dejándose arrastrar por la influencia que sobre el electorado ejercen las empresas de comunicación. Cuestión distinta es el papel de reguladores que pueden desempeñar cuando realizan su función parlamentaria o de gobierno, perjudicando o beneficiando a los medios y grupos de comunicación.

En este sentido, es en la titularidad empresarial de los medios donde radican las diferentes exigencias que puedan hacerseles, siendo éstas, claramente, de pluralidad y neutralidad en el caso de los operadores públicos. Así los ámbitos de libertad vienen definidos, en primer lugar, por esta circunstancia y, después, por la posible influencia de la empresa y de los políticos. Pese a que el sistema español está hoy claramente definido desde la legalidad vigente, y recoge esta dualidad incontestable, el ponente reconoció la existencia actual de una falta de respeto mutuo entre periodistas y políticos, con la invasión por parte de unos y otros de funciones que no les corresponden, lo que muestra a las claras su falta de responsabilidad profesional.

Algunas muestras de esta confusión del espacio que cada institución ocupa, se encuentran en los políticos que buscan exclusivamente el chispazo

informativo, apadrinan iniciativas personales en el ámbito de los medios de comunicación y rigen la concesión de licencias de radio y televisión; por parte de los periodistas, se pueden señalar como indicios de esta situación la proliferación de tertulias y tertulianos, el papel de los periodistas empresarios, y la venta de información al mejor postor, guiada no por el afán de servir a la sociedad, sino de obtener otro tipo de rentabilidades.

Luís Paixão Martins, de quien se dijo que no hay político portugués que se precie capaz de prescindir de sus servicios, se refirió en concreto al caso luso y señaló una circunstancia clave en el desarrollo de los medios de comunicación del país vecino: el protagonismo económico del Estado entre los años setenta y ochenta del pasado siglo que, inevitablemente, se ha reflejado en la configuración de los mercados de comunicación y en su lenta liberalización. Este papel estatal de *gatekeeper* —quién decide qué se publica y qué no— fue trasladado posteriormente a los periodistas, como debería haber sido inicialmente, que no siempre han querido hacerse conscientes del mismo.

Aún así, convino en la necesidad de matizar el estatus real del poder del periodista, limitado por: la progresiva profesionalización de las fuentes informativas cuya presión cercena su capacidad de intervención en la fijación de la agenda; la evolución del mercado hacia un mayor número de ofertas cuantitativa y cualitativamente distintas, lo que lleva a que los ciudadanos tengan una oferta más plural donde elegir; así como por la existencia de otras instancias, ajenas a lo periodístico y lo político, que toman decisiones sobre cuál debe ser el objeto de la información y su enfoque, y cuyo manejo escapa a unos y otros.

En lo que calificó como un doble juego entre el suministro de información y la preservación de la misma, el papel más influyente sobre la opinión pública recae hoy día en los comentaristas políticos, lo que no deja de ser una coincidencia con el caso español.

DÍA 2. DE LA EXPRESIÓN VEHEMENTE DE LAS IDEAS A LA PRUDENCIA REFLEXIVA.

Tras casi cuatro horas de intensa charla, la tarde de la primera jornada de *Prensa y Política* concluyó con un extraordinario cansancio físico en los asistentes, pero también con un enorme enriquecimiento intelectual gracias al amplio

surtido de ideas y matices que, en general, mostraron todos los ponentes. Frente a lo que, quizá, podía esperarse se impuso la sensación de consenso y de asistir a un diálogo sereno, en el que todas las perspectivas parecían tener un sólido fundamento. Seguramente por la propia naturaleza del tema planteado, resultó imposible llegar en un día a conclusiones definitivas, por lo que la segunda jornada serviría para profundizar en unas reflexiones que todavía se hallaban vivas en la mente de invitados y público.

Con renovadas energías, pero también conscientes de la proximidad del final de este viaje intelectual, unos y otros se dispusieron a encarar la última parte de un recorrido sin una meta más cierta que la sensación de complejidad que el día anterior había dejado.

PERIODISTAS Y POLÍTICOS: ¿INDEPENDENCIA, DEPENDENCIA O CO-DEPENDENCIA?

Mário Mesquita fue ahora el hilo conductor de la tercera y última mesa redonda y el nexo de unión entre los distintos ponentes, cuyas biografías profesionales se movían entre lo político-periodístico y lo periodístico-empresarial:

En Portugal Daniel Cruzeiro trabaja para SIC, la primera televisión privada que salió al mercado audiovisual luso en 1992, donde coordina diversos programas informativos y había adquirido la calificación de periodista de prestigio por un programa de reportajes y entrevistas. También desde ese mismo lado de la raya, el periodista João Gabriel acreditó un extenso curriculum político-periodístico como Asesor de Prensa del ex presidente de la República Jorge Sampaio durante sus dos mandatos legislativos, entre 1996 y 2006. Por la parte española, Jesús María Santos llegó en calidad de Director de Asuntos de Presidencia en Radiotelevisión Española, un puesto de reciente creación en la nueva Corporación Pública al que accedió tras abandonar su cargo de Subdirector de Contenidos Multimedia en el operador televisivo privado *Tèle 5*. De alguna manera, sus trayectorias, y las de la mayoría de los invitados de la jornada anterior, redundaban en la permeabilidad de las fronteras de los espacios político y periodístico.

En un acertado alarde de franqueza y sencillez, Mário Mesquita sentenció que, transcurrida ya la primera jornada del curso, su impresión era que el

único acuerdo posible sobre el tema parecía ser el alto grado de complejidad del mismo. Sin dilación, dio paso a las intervenciones de sus compañeros de mesa, que inauguró João Gabriel.

Inevitablemente su experiencia personal marcó los ejes de su reflexión, afirmando como primer punto su consideración de que la relación actual entre políticos y periodistas debe definirse bajo el título de dependencia. La realidad es que ambos profesionales se necesitan y han evolucionado a un tiempo debido a dos motivos fundamentales: por una parte, el periodista necesita al político para disponer de un material noticioso más abundante y rico, que le posibilite producir piezas informativas en el seno de su organización; por otra, el político no puede sustraerse al hecho de que el impacto social de sus acciones y palabras se fragua a través de los medios de comunicación, sin los cuales éstas se perderían. De ahí que, en ocasiones, sea la prensa la que actúa como secuestradora del poder político y, otras veces, se produzca una situación inversa en la que son los periodistas los que se convierten en rehenes de los políticos.

No obstante, y quizá debido a su más reciente experiencia profesional, a la hora de definir su postura inclinó la balanza de poder a favor de los periodistas, reconociendo que en la actualidad son estos los que otorgan legitimidad a los políticos y crean la realidad política que los ciudadanos perciben, con independencia de que esta coincida o no con la realidad verdadera.

Se trata, por tanto, de una cierta manipulación de la verdad que no debe entenderse exclusivamente en un sentido negativo, sino también como consecuencia de las rutinas y dificultades que encierra el propio trabajo informativo. Por ello, la política vive hoy día una crisis de confianza por parte de los ciudadanos, al difundirse en los medios de comunicación algunos casos de corrupción, por ejemplo, y sobreentenderse por parte de la opinión pública que estos casos aislados definen a toda la clase política. Esta visión equivocada de la realidad conlleva inevitablemente un déficit democrático. Por ello es bueno conocer cuál es la ideología de los periodistas y comentaristas políticos para poder discernir los enfoques subjetivos e ideológicos que puedan estar presentes en la información que elaboran.

Por otra parte, también la prensa, la radio y la televisión son controlados por agentes de poder que los propios políticos desconocen, a lo que habrá

que sumar, como un factor redundante en la distorsión de la realidad que los medios ofrecen, que sus profesionales hacen una escasa autocrítica y, como consecuencia de esta carencia, permanecen anclados en determinados comportamientos sin ánimo de rectificar.

Con un discurso sorprendente para un representante de un operador de radiotelevisión, al margen de su titularidad pública o privada, Jesús María Santos apuntó, como trasfondo de su charla, la concurrencia actual de dos circunstancias que pueden ir más allá de una simple casualidad: los medios de comunicación españoles no pasan por su mejor momento, como se comprueba al analizar sus productos informativos; pero tampoco los políticos españoles atraviesan una etapa de confianza por parte del electorado.

En su opinión, el entramado de la relación *Prensa y Política* se observa de modo diferente cuando se circunscribe al ámbito de la televisión, frente a los casos de la prensa y la radio. El medio televisivo, por sus propias características y requisitos, introduce algunos cambios y novedades en este conflicto de intereses, al mostrar la información a través de imágenes y, por tanto, repercutir en el lado más emocional de los televidentes. Por otra parte, pero en conexión con lo anterior, la audiencia se sitúa en una actitud más pasiva ante el medio, en la que el nivel de exigencia es menor y parece centrarse en su necesidad de discursos emocionales frente al tradicional tratamiento racional de la información.

De este modo, la televisión, frente a la capacidad de transformación cultural y educativa que la prensa y la radio ejercían sobre los ciudadanos, refuerza la idea del público como una masa informe y uniformizada cuyo abotargamiento implica una menor autoexigencia por parte de los profesionales. De hecho, esta pasividad del espectador se traduce en aspectos tan significativos como la falta de debate de ideas entre los ciudadanos que han delegado esa responsabilidad, por ejemplo, en las tertulias radiofónicas y televisivas. No se trata de realizar una oposición frente a las personas que, como contertulios, toman parte en este tipo de programas, sino de subrayar que la perversión informativa deviene del propio formato empleado para definir, en un breve espacio de tiempo, qué es lo importante informativamente hablando y cuáles son sus aristas.

Como si la televisión se hubiera escapado del control de sus creadores y huyera de los objetivos para los que fue concebida, ha conllevado también la

alteración de los medios y los fines del periodismo: la información es hoy más ligera, está desprovista del requisito de veracidad y frivoliza sus contenidos al paso de un lema que reza “el negocio es la razón de ser”.

Sin embargo, y pese a lo que pudiera desprenderse de estas ideas, el discurso de Jesús María Santos no cayó en el pesimismo existencial con respecto al futuro de la información. Cree reconocer que existen razones para la esperanza sobre una recuperación del medio; entre ellas, destacó el escaso tiempo que los jóvenes dedican hoy a ver la televisión, en comparación con el que destinan a otras opciones de esparcimiento e información como Internet o los videojuegos. A ello debe sumarse la actual redefinición del modelo de televisión pública en España, a través de la nueva Corporación RTVE creada en 2006 y bajo la inspiración del modelo británico de la BBC, así como la pervivencia de profesionales decentes que continuamente manifiestan su preocupación por mejorar el modo en que se hacen las cosas.

Volviendo sobre la virtualidad a la que ya habían aludido otros participantes, expresó su convicción de que la sociedad real —es decir, la no televisiva— es mejor que el medio, aunque no siempre lo parezca.

En tercer y último lugar Daniel Cruzeiro, periodista de SIC, empezó por constatar el fin del periodismo ideológico y su sustitución por el fenómeno más genérico de la comunicación. El cambio es patente si se observa la reducción del número de noticias políticas que se incluyen actualmente en los medios frente a lo que sucedía antaño. Esta transformación se está produciendo, entre otras razones, como consecuencia de la falta de entendimiento de políticos y periodistas debido al empleo de lenguajes y estrategias diferentes, lo que no carece de lógica si se piensa que poseen objetivos distintos. Sin embargo, no es posible pensar en la disolubilidad total de estos dos elementos, ya que su unión viene dada por el hecho de que la acción política, se quiera o no, tiene que ver con la vida cotidiana de los ciudadanos.

Los medios de comunicación continúan así con su labor esencial, la difusión de contenidos, bajo la cual también subyace una cierta ideología aunque no se trate de un ideario político; de hecho, los rasgos de esta ideología de la comunicación son, en cierta medida, aplicables a algunas variables políticas: la eficiencia del mensaje se mide hoy por los lectores, oyentes y telespectadores

que compran o consumen un medio; se recurre a la sencillez explicativa como herramienta lingüística, renunciando así al pensamiento complejo sobre un mundo que, en realidad, es complejo; se dividen a los protagonistas de los hechos, especialmente políticos, en buenos y malos, lo que habla a las claras de un cierto maniqueísmo; prima la rapidez, la novedad, lo instantáneo; importa el presente, el ahora; y, en definitiva, se fabrica una realidad virtual que sólo existe en la medida en que existe el medio de comunicación y éste la traspasa a su audiencia.

Todas estas claves sirven para explicar la deteriorada imagen social de los periodistas, que sufre una fuerte crisis de credibilidad, cuando se da la circunstancia de que son precisamente estos profesionales los que invitan a desconfiar de quien no se muestra de un modo transparente.

La situación, no obstante, no es irremediable; y su posible salvación pasaría por delimitar estrictamente las fronteras de lo político y lo periodístico, asumiendo que las redacciones de los medios no son plataformas electorales; a la vez, conviene retomar la práctica de un periodismo más inquisitivo y menos declarativo, no censurando ni auto-censurando las preguntas; y, por último, habrá que entender que el mundo real siempre es más rico en matices que cualquier otro mundo posible.

FONDO Y FORMA. IMAGEN INFORMATIVA E IMAGEN POLÍTICA.

Finalmente, el cierre de este *Ágora* contó con un invitado de excepción, que no sólo hizo acto de presencia, sino que también pronunció la conferencia de clausura. Jaime Gama, Presidente de la Asamblea de la República de Portugal, se convirtió prácticamente en el único conferenciante con una carrera profesional de mayor dimensión política que periodística, aunque él mismo reconociera haber ejercido ambos labores. Sus palabras entreveraron acertadamente sus experiencias a uno y otro lado de estos espacios, a través de una vida en la que lo personal y lo profesional se han fundido de forma inevitable. Sin abandonar en ningún momento la prudencia que requiere su cargo, inició su conferencia a partir de un dato biográfico importante: su nacimiento en una época en la que Portugal carecía de libertad de prensa y la lucha que, a lo largo de su vida, ha desarrollado en su defensa.

El diálogo entre *Prensa y Política* queda definido hoy por realizarse en un espacio público intersubjetivo, en el que los políticos continúan teniendo una cierta reserva y prevención frente a los periodistas, como no podía ser de otra forma. Sin embargo, lo cierto es que la adscripción del periodismo a grandes grupos de comunicación empresariales dota a sus profesionales de una mayor libertad e independencia frente al poder político, lo que a su vez redundará en una mayor autonomía de parlamentarios y gobernantes.

Las democracias modernas han otorgado a los medios de comunicación un papel de intermediarios frente a la opinión pública y el principal problema deviene del abandono de dicho papel intermediador, pasando a convertirse ellos mismos en noticia. Así, hoy día, la prensa, la radio y la televisión representan una especie de democracia directa por medio del recurso constante al *feedback* –la respuesta– de lectores, oyentes y telespectadores a través de sus opiniones telefónicas, de sus cartas o de las entrevistas en la calle. De ahí que haya una disputa constante entre periodistas y políticos por el dominio de un espacio público en el que los políticos aparecen deslegitimados, dado que la prensa está reconstruyendo su identidad al primar lo urgente frente a lo duradero.

Desde esta perspectiva la televisión ha introducido una gran variedad de nuevas fórmulas informativas, de nuevos modos de construcción de la noticia política, otorgando una especial relevancia a la imagen sobre la palabra, ostentando una actitud de adversario y relatando historias en las que la intriga cuenta más que la naturalidad. De ahí que los propios políticos hayan tenido que adaptarse a estos cambios, aprendiendo a actuar siempre para las cámaras.

Por otra parte, expresó Jaime Gama, la fórmula para una relación más saludable entre unos y otros, sería que los políticos reconocieran la necesidad de que los medios realicen su labor crítica e informativa, pero sin caer en la propaganda. A la vez, se hace imprescindible que exista un respeto recíproco, ajeno a la promiscuidad y a la invasión de los espacios del otro. Por eso, el hecho de que en Portugal la prensa sea menos agresiva, es decir más institucional y equilibrada, no la convierte en un cadáver, frente a la aparente viveza del medio en España.

CONCLUSIONES ABIERTAS.

Sin ser consciente de ello, la profunda reflexión de Jaime Gama devolvió a invitados y público al punto de arranque que el profesor Nobre Correia había fijado en su conferencia inaugural. Una vez más, como suele ocurrir cuando uno se encuentra a gusto y aprende de quien tiene enfrente y a los lados, el principal enemigo de este análisis sobre *Prensa y Política* fue la falta de tiempo.

La prensa, como modo genérico de designar a los medios de comunicación informativos, y la política, como actividad principal de los políticos, constituyen pilares básicos del reciente desarrollo democrático de España y Portugal; y pese a su claro asentamiento, en ambos países y en cualquier otro en el que exista libertad de información, presentan una superficie porosa e irregular que desdibuja el lugar que ocupan en todo Estado de Derecho. A veces, curiosamente, es la falta de tiempo la excusa que ambas instituciones utilizan para justificar la inexactitud de sus mensajes, cuando no su manipulación.

Durante dos fructíferas jornadas, los asistentes a este *Ágora* pudieron escuchar el reflejo sonoro de las distintas aristas de una relación dual, cuyos componentes no siempre parecen sumar dos: ni los periodistas desarrollan su trabajo con la única interferencia de los políticos; ni los políticos se abstienen de presionar sobre otros instrumentos e instituciones que no sean los periódicos. En la raíz de este conflicto, muy probablemente abocado a no tener una solución definitiva, subyacen una variedad de tramas incompatibles que afloran en el día a día de ambas actividades:

Mientras que los profesionales de la política ejecutan sus programas electorales, son conscientes de que, más allá de sus acciones, importa la proyección que estas tengan en los medios de comunicación, como única fórmula de darlas a conocer a sus electores presentes y futuros; en el otro extremo, los profesionales de la información no siempre pueden ser ajenos a los intereses empresariales del grupo para el que trabajan y que, con frecuencia, se sitúan en la lejanía del cumplimiento del derecho a la información de los ciudadanos, abarcando desde el deseo de poder fáctico hasta el legítimo derecho a ganar dinero.

Las consecuencias son nefastas cuando, además, ambos penden de un mismo cordón umbilical basado, por una parte, en la necesidad de publicitarse y, por otra, en la exigencia de llenar tiempos y espacios informativos. Quizá por ello, ambos sean víctimas de una misma, injusta y no beneficiosa condena para los ciudadanos: el estar llamados a entenderse. ❖