

### [Lo que pasa y lo que no pasa](#)

Enviado por cebo el Sáb, 10/15/2016 - 07:11

Antetítulo portada:

Opinión

Foto portada:



Sección principal:

[La Plaza](#)

Cuerpo:

La prensa -los medios, vamos - no sólo explica lo que pasa, sino cómo pasa y lo que no pasa. Como tal, no se diferencia de una o varias personas que te van explicando todo eso. En casi nada. Tan sólo en que aporta criterio, rigor y seguridad. Se la juega, vamos. Uno recurre a la prensa y no a las voces anónimas porque, precisamente, la prensa tiene un prestigio en juego. Por lo que, cabe colegir, **la prensa tiende a medir sus palabras**. Nadie habla como escribe, y nadie escribe como cuando escribe en la prensa.

El que la prensa disponga de autoridad, cedida por el lector, a cambio de un rigor informativo, con el que el lector puede dialogar, no significa que no la traicione o malinterprete. Verbigracia: en un ínterin que se inicia a finales de los 70 y hasta 2011, la prensa española interpretó que una de sus funciones era crear cohesión, a fin de allanar el camino a una democracia que se veía como joven y frágil. Es decir, explicó lo que pasaba, cómo pasaba y -dato más importante- lo que no pasaba, bajo el criterio de cohesión, bajo la premisa de reforzar antes un sistema político que al lector. O a la sociedad. Lo que es una aberración. La prensa debe defender la democracia -se le va la piel en ello; es un fenómeno democrático- pero, por eso mismo, debe someter a crítica u observación todo lo que hay debajo de ese palabra. Constituciones, instituciones, políticos. Es más, debe controlar que todo ello no entre en colisión ni niegue la palabra democracia. La prensa/los medios entendieron que su deber, su oficio, consistía en evitar, precisamente, esa colisión. Y lo lograron. Crearon un sentido

común que giraba en la defensa de unas instituciones contra, a menudo, sí mismas. El carácter radical, inusual, único de esa prensa queda reflejado en la fortaleza que tuvo. Pero, también, en la rapidez con la que cayó el modelo, una vez fue sometido a sospecha de manera colectiva, durante un par de semanas de mayo de 2011.

La prensa española interpretó que una de sus funciones era crear cohesión, reforzar al sistema político

En la actualidad, esa función cultural de la prensa española no existe. O no con su prestigio anterior. Varias generaciones de lectores ignoran esa prensa. Nos la cargamos, entre todos, hace cinco años y pico. La mala noticia es que los principales medios han cambiado de modelo. Se trata de un modelo aún más cruel.

Con la crisis, unos medios endeudados cambiaron su deuda por accionariado. Los bancos

-principalmente La Caixa y Santander-, se hicieron en muy poco tiempo con las grandes cabeceras. Y, con ello, se abandonó una cultura, ya poco efectiva, que había modulado los puntos de vista de los medios. Esta mañana a primera hora, los medios no responden, de hecho, a un ideal o deber cultural, sino a un accionariado. En un momento en el que el IBEX se empieza a percibir como un nuevo elemento político, son los medios que informan e intentan modular esa nueva política. El golpe contra la dirección socialista puede ser el ejemplo. Una dirección que no iba a contradecir las directrices europeas, pero que hubiera matizado alguna política interna -lo que indica el estrecho margen de política permitido en esa nueva percepción de la política y la información-, ha sido defenestrada por un golpe. Golpe iniciado y continuado en la prensa. Es importante que ya no se ha intentado el consenso social, como antaño. Simplemente, la prensa ha explicado los límites sobrepasados, y el itinerario brutal a seguir.

Por su trayectoria cultural y, ahora, por la función que desea el nuevo accionariado, disponemos de los peores medios europeos, según la Fundación Reuters. La buena noticia es que la percepción social de ello es negativa. Los medios se han alejado tanto de su rol que ya no son percibidos como medios informativos. La mala noticia es que crear medios nuevos vale pasta. Concretamente, vale tres comidas diarias y un techo por cada periodista. Frente al imperio informativo que se está (re)creando, es necesario crear otros medios. Y pagarlos. Los nuevos medios poseen una solidez absoluta, comparativamente a los viejos, pero también por sí solos. La Directa, La Marea, Sentit Crític, CTXT, Diagonal... posiblemente son los únicos medios sólidos, a pesar de su fragilidad económica. Disponen de una calidad en su emisión y en su recepción. Es necesario, empero, pagarla. La sociedad se juega en ello, literalmente, la piel. Saber lo que no pasa.



Temáticos:

[número 279](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Autoría foto:

[Vreimunde](#)

Info de la autoria:

periodista, Barcelona

Autoría:

[Guillem Martínez](#)

Formato imagen portada:

sin foto

Tipo de artículo:

[Opinión](#)