

Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles

Autor: Pascual Serrano

Prólogo: Enrique Bustamante

Editorial Akal; Foca investigación, 2010, 336 págs. ISBN: 978-84-96797-50-5



Reseñado por Joan Pedro (UCM), joan.pedro@pdi.ucm.es

En su famoso ensayo *La estrategia de la ilusión*, Umberto Eco (1999: 156) sostenía que “la característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos del mundo exterior (como hacía o fingía hacer la Paleo TV)”. En lugar de ser una ventana abierta al mundo, la Neotelevisión habla de sí misma y del contacto que establece con su audiencia. Para sobrevivir al zapping, sugería Eco, apela al espectador diciéndole: “Estoy aquí, yo soy yo y yo soy tú” (Ibíd.). Se pone en práctica toda una puesta en escena que convertiría a la televisión en una especie de instancia maternal (Baudrillard) repleta de un *calor* que busca la adhesión y filiación emocional del televidente. Importaría menos que la televisión contase la verdad que el hecho de que ella sea la verdad. Para el autor italiano, en este proceso, el espectador se reconoce y se gusta como televidente, algo que le basta (Ibíd.: 164).

Si esto fuese cierto, cabría comprobar si el efecto sería el mismo en caso de que la audiencia supiese “quién” es en realidad la televisión, cuál es su verdad. El objetivo del periodista Pascual Serrano en *Traficantes de información* es, precisamente, identificar y describir a las personas, instituciones, actividades y lógicas que están detrás de los principales grupos de comunicación españoles propietarios de las cadenas de televisión, pero también de revistas, diarios, radios, productoras, portales on-line, agencias de publicidad, etc.

Cuando los medios comerciales hablan de sí mismos, uno puede sospechar que se trata de una representación interesada, sobre todo si se tiene en cuenta que son empresas privadas orientadas hacia el beneficio e integradas en la

lógica del mercado y la estructura del poder. Para Pascual Serrano, estas representaciones serían espejos distorsionados que ocultan lo sustancial del objeto de referencia. Por eso, su libro se centra en lo que los medios omiten sobre ellos mismos: la información sobre quiénes son sus dueños, las actividades que llevan a cabo y el capital que mueven; las relaciones que mantienen con otras empresas y sectores económicos nacionales e internacionales, con la banca, con la SICAV y con el poder político; las actividades financieras en las que participan, el recurso a los paraísos fiscales, los fraudes y otros delitos cometidos; sus funciones de *lobby*, los abusos de poder; y la influencia que ejercen sobre los trabajadores, las condiciones laborales y la producción comunicativa, entre otros aspectos que definen la estructura de propiedad de los medios de comunicación.

Se puede estudiar la propiedad de los grupos de comunicación de distintas maneras y persiguiendo objetivos muy variados. Si se ha seguido el trabajo del periodista valenciano, habrá poco lugar a duda de que ha aplicado a lo largo de su vida la famosa máxima del historiador Howard Zinn cuando afirmaba que no se puede ser neutral en un tren en marcha. Pascual Serrano ejerce un periodismo comprometido y combativo, incluso contra el propio periodismo comercial. Sus artículos y libros alimentan las conciencias críticas y se enfrentan a los poderes establecidos. Como saben sus lectores, Serrano nunca ha escondido su toma de posición e, inequívocamente, se ha puesto del lado de causas que considera dignas, incluidas algunas con las que otros ciudadanos críticos no estarían de acuerdo.

El nuevo libro no puede desligarse del perfil periodista-activista de su autor, lo que se refleja en que destapa la historia más oscura de las empresas de comunicación con la idea de que, conociéndola, uno pueda deducir lógicamente la línea editorial e intereses que defienden: fundamentalmente la visión del mundo de la clase empresarial. Por lo tanto, se trata de una obra que puede resultar molesta y políticamente incorrecta. Por eso mismo, es un libro valioso para cualquier persona que quiera conocer a los dueños de los medios, cómo operan, qué objetivos persiguen y qué consecuencias tiene para la pluralidad informativa y la democracia en estos momentos en el que ambas están seriamente heridas.

Además, el libro debería introducirse en las facultades de comunicación e información. Como escribe el profesor Enrique Bustamante en el prólogo, tanto el libro de Serrano como *Los amos de la información en España* escrito por el propio profesor en 1981 nacen de sus frustraciones profesionales como periodistas, “especialmente de la constatación de los terribles corsés que aherrojan la libertad de expresión periodística” (5). “Y, sin embargo”, prosigue Bustamante, “tienen un valor importante para el mundo universitario, que tiende demasiado a menudo a seleccionar campos y problemas académicamente «respetables», aceptables y aceptados por autoridades públicas y privadas” (Ibíd.).

Aunque no se trate estrictamente de un trabajo académico, este estudio crítico sobre la propiedad de los medios bien puede insertarse en la tradición de las Industrias culturales o de la Economía política de la comunicación. Aunque con diferencias entre todos los autores, esta obra se enmarca en la órbita de los

trabajos de McBride, Schiller, Herman y McChesney o Vázquez Montalbán, Bustamante, Zallo, Labio, Almirón y Segovia en España, entre muchos otros.

Cuando se lee el libro, salta a la vista que el autor ha completado un trabajo de documentación y organización de información riguroso, difícil y laborioso en el que se dan una gran cantidad de datos, cifras, nombres y apellidos. El resultado es un análisis concreto de una realidad concreta.

Algunos de los casos y ejemplos que el autor ha podido descubrir en el afán de mostrar la parte más oculta y negativa de la propiedad de los medios, sorprenderán a los lectores o, cuanto menos, despertarán la curiosidad. Una de las consecuencias de la estructura de propiedad de medios que Pascual Serrano recoge es la de la censura de información. A este respecto, resulta curioso el hecho de que *Traficantes de información* fuese encargado por el responsable de la editorial Península quién defendió el libro frente a los altos directivos y accionistas que, finalmente, vetaron la publicación (37). Pascual Serrano recurrió a la editorial Akal que no dudó en publicarlo. Sin duda, Akal merece una mención, no sólo por haber publicado este libro, sino por seguir apostando por el pensamiento crítico de calidad tras décadas de andadura.

Bibliografía

Eco, U. (1999): *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, S.A.