



:: [portada](#) :: [Mentiras y medios](#) ::

25-06-2004

Entrevista a Pascual Serrano y Javier Callejo

Periodismo, una profesión desprestigiada

Alexa Diéguez

Ladinamo

Últimamente la libertad de expresión se ha invocado con cierta frecuencia. Cada vez son más las voces que coinciden en denunciar que hemos llegado a extremos alarmantes de amarillismo, censura y manipulación. En el ojo del huracán, una profesión tradicionalmente individualista enfrentada a serios dilemas morales. Soy periodista, ¿luego engaño? Para intentar una evaluación aproximada de un problema complejo, se han reunido dos personas que representan los márgenes, en el buen sentido de la palabra, del periodismo. Por un lado, Pascual Serrano, director de *Rebelión* (www.rebellion.org), probablemente la publicación *online* de contenido alternativo más reconocida y visitada del reino. Por otro, Javier Callejo, profesor de sociología de la UNED, de cuya colaboración con la asociación Aideka (www.aideka.tv) han salido dos informes imprescindibles sobre la manipulación informativa en TVE, uno sobre la Huelga del 20-J, que terminó en condena, y otro sobre la Guerra de Irak. Dos trabajos que han contribuido a catalogar a Alfredo Urdaci, director de informativos durante buena parte de la era Aznar, como entusiasta partidario de la televisión de régimen y prototipo de lo que no debe ser un periodista digno.

Dicen que la libertad de expresión atraviesa un momento crítico.

Pascual Serrano: La libertad de expresión no existe. Estamos en un sistema en el que entre los ciudadanos que quieren comunicar algo y la población susceptible de recibir esa información se encuentran unos medios de comunicación que forman parte del entramado económico y político. El sistema actual, independientemente del partido que gobierne, está intrínsecamente en contra de un modelo de comunicación democrático.

Javier Callejo: Es verdad que no existe la libertad de expresión en esencia, pero también lo es que se dan diferentes grados de margen para la existencia de dicha libertad en términos concretos. En este país hubo cierta ingenuidad en la explosión social que tuvo lugar al principio de la transición, cuando se confió en que los medios iban a cumplir una función social. Por el contrario, la democracia se institucionalizó y surgieron mecanismos encargados de reproducirla tal y como estaba, no de mejorarla. La Constitución recoge que los colectivos sociales deben tener garantizado el acceso a los medios de comunicación, una idea que también figura en el Estatuto de RTVE. Y no sólo se ha impedido el acceso de los colectivos a los medios, sino que tampoco se ha querido desarrollar mecanismos para controlar la manipulación. Todos los gobiernos que ha habido en



España han manipulado. Lo que sucede es que nos encontramos en uno de los peores momentos porque asumimos colectivamente que la manipulación forma parte de la esencia de los medios. Eso es lo grave. Y eso es lo que permite que se llegue a extremos de manipulación excesivos.

P.S.: Nuestra estrategia ha de ser doble. Por un lado, se trata de crear medios alternativos, que es a lo que yo me dedico; por otro, se ha de intentar minar la credibilidad que todavía pudiesen tener para determinados sectores sociales los medios convencionales. Aún no hemos logrado poner en marcha medios alternativos poderosos, pero [los otros] medios han perdido credibilidad de manera llamativa.

J.C.: He llegado a un punto en que contemplo con cierta distancia este tipo de afirmaciones. Me he dado cuenta de que lo que vemos sociólogos y periodistas no es lo que percibe todo el mundo. A veces nos parece que algo está de moda porque lo vemos nosotros, sin darnos cuenta de que se trata de una percepción ficticia. Es verdad que algunos sectores, especialmente las capas sociales medias y medias-altas, han adquirido distancia respecto a los contenidos de los medios de comunicación, pero dudo que eso ocurra en el conjunto de la sociedad.

P.S.: Vosotros trabajáis para desacreditar a los medios convencionales, nosotros para ofrecer otro punto de vista; pero nadie ha dicho que a continuación se vayan a levantar las masas.

La fuerza de la propaganda oficial va contra vosotros.

P.S.: Pero ya se sabe la verdad. La gente sabe que en Irak no había armas de destrucción masiva. Sabe que el poder miente y que los medios de comunicación reproducen y avalan sus mentiras. Sabe que nuestra versión es la buena. Lo que ocurre es que, aún así, pasa de todo porque no existe una alternativa política.

J.C.: En relación al informe sobre la Guerra de Irak que hemos presentado, lo que más me ha extrañado es el revuelo que ha generado algo que es obvio. Si todo el mundo lo sabe, ¿por qué se sorprenden de que lo denunciemos públicamente? A lo mejor debemos empezar a pringarnos con lo obvio.

A eso me refería. La propaganda oficial machaca con una insistencia arrolladora.



J.C.: No contamos con los mismos recursos, pero nadie nos impide utilizar los mismos sistemas casi publicitarios. A nadie le dice nada nuevo un anuncio de Coca-Cola, pero Coca-Cola consigue estar siempre presente gracias a sus anuncios. Y estar de gusanillo, de voz de la conciencia, es muy importante, sobre todo si tenemos en cuenta que el proceso de paso hacia posiciones más conservadoras se ha dado en un sector que, en mayor o menor medida, partió de posturas contrarias a la derecha. Es la generación que tiene entre 35 y 50 años y que, desgraciadamente, coincide en gran medida con el *boom* demográfico de los sesenta. ¿Qué les ha ocurrido? Seguramente son la generación que ha experimentado una transformación mayor en su posición social y económica. Gente cuyos padres eran de extracción humilde, que se ha visto beneficiada por la generalización de la educación superior y la inversión extranjera y ha podido situarse en posiciones privilegiadas y estables, desarrollando un miedo más o menos intenso a perderlas.

¿Internet hace las veces de voz de la conciencia?

P.S.: Internet es un medio bastante igualitario en el que yo estoy en las mismas condiciones que Polanco, con ligeros matices. Contamos con los mismos mecanismos de difusión, aunque él consiga dinero y yo no. Además, Internet está colonizado por la izquierda. El público de Internet es de los nuestros, busca nuestro análisis, busca otra cosa. El problema es que estamos limitados a un estrato social concreto con cierta capacidad económica y tecnológica.

J.C.: Es verdad que es un perfil determinado el que accede a Internet, incluso en una sociedad relativamente avanzada como la española, pero también hay que tener en cuenta que hablamos del sector políticamente más activo. Sin embargo, creo que Internet acabará con el dominio de los medios de comunicación masivos porque no sólo permite la búsqueda de posiciones ideológicas alternativas, sino que ofrece otra información. Y ahí es donde radica su verdadero potencial, en la plasmación de otras informaciones, más que de otros planteamientos políticos.

P.S.: En el caso de Irak hemos podido comprobar los dos modelos informativos. Ha sido asombroso ver cómo no había el más mínimo parecido entre lo que decían unos y otros. Los medios oficiales emitían imágenes de agencia combinadas con la aparición del periodista de turno, que curiosamente siempre estaba en una terraza porque no salía del hotel. Por otra parte, llegaban crónicas en las que distintas personas contaban cómo habían estado en este o aquel hospital y habían visto llegar a diez heridos, de los cuales cuatro eran niños. Unos señores sin demasiada formación que, sin ningún tipo de logística, han dejado en ridículo a los profesionales.



Los dos modelos informativos ponen de manifiesto dos maneras de entender la profesión periodística.

P.S.: El margen de maniobra de quienes trabajan en un medio tradicional es muy escaso. Tienen dos opciones, asumirlo o quedarse sin trabajo. ¿Cómo pueden resolver los problemas de conciencia que les produce dedicar cuarenta horas semanales a engañar? Muchos de ellos lo hacen enviándonos informaciones que no pueden publicar. Profesionales dignos y honestos que nos pasan la versión íntegra de un reportaje que les han cortado o los diez teletipos que les han dicho que tiren a la basura. Por otra parte, también utilizan nuestras fuentes cuando ven que pueden colar alguna información interesante y quieren contrastar los datos que han recibido de fuentes tradicionales.

J.C.: Sin restar mérito a este tipo de acciones casi clandestinas, creo que en España no se ha reivindicado la profesión de periodista, al menos en términos weberianos, ni como vocación ni desde la perspectiva de su función social. Y, francamente, si no se establece el vínculo entre periodismo y sociedad, mal veo el asunto.

P.S.: Siempre digo que la mayor remuneración del periodista está en la firma, en ver su nombre encabezando un texto, lo cual demuestra el bajo nivel de reivindicación que existe.

J.C.: Nunca ha existido conciencia profesional. Recuerdo cuando, hace ya años, echaron de un día para otro al entonces subdirector de *Interviú*, una revista que publicaba algunas cosas críticas, por no estar de acuerdo con la línea editorial. Ningún medio se hizo eco de la noticia, ningún compañero se solidarizó. Sin embargo, proteger a un compañero en una situación así es protegerse a uno mismo. Y a todos.

P.S.: También es verdad que existe mucho subempleo. Yo estuve en *ABC* hasta 1992 cobrando setenta mil pelas. Me fui cuando entendí que ya había aprendido lo que tenía que aprender y, por tanto, era mucho más lo que yo les estaba haciendo ganar que lo que ellos me daban a mí. Pues bien, cinco y seis años después, algunos de mis compañeros seguían de becarios cobrando setenta mil pesetas. Y nadie decía nada.

J.C.: Además, está ocurriendo un fenómeno curioso y es que tanto a los medios como a los trabajadores les da miedo generar una noticia, digamos, distinta, porque no saben qué va a pasar si destapan la liebre.

Aquí entra en juego un componente importantísimo de los medios del que no hemos hablado: la



publicidad.

J.C.: Ni al último becario se le ocurre criticar a El Corte Inglés porque es uno de los mayores anunciantes, aunque estamos hablando de una empresa enormemente explotadora y corrupta. Además, es importante poner de manifiesto el gran poder de negociación con los medios de comunicación que obtienen los poderes políticos a través de la publicidad. La mayor inversión publicitaria reciente, que corresponde al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y ronda los cuatro mil millones de las antiguas pesetas, se ha realizado en fechas previas a la campaña electoral... pero ningún medio ha publicado nada.

P.S.: El poder político puede comprar a los medios y las empresas ya no necesitan pagar su fidelidad con publicidad porque son dueñas de porcentajes elevadísimos de sus acciones.

Ante un panorama así, ¿qué se puede hacer?

J.C.: Cuando empezamos a trabajar en la demanda sobre la manipulación de TVE en el tratamiento de la Huelga del 20-J, ni se nos ocurría soñar con que fuese admitida a trámite, mucho menos con que un juzgado nos diese la razón, y todavía mucho menos con que TVE fuese tan torpe como para poner al señor Urdaci a hacer el tonto delante de la pantalla con aquello de ce-ce-o-o. Es decir, denuncia que algo queda. Se trata de procurar que la gente sea activa en su análisis de la información que recibe.

P.S.: Lo primero que tenemos que hacer es mejorar la calidad y el rigor de los medios alternativos. Actualmente existe un nivel medio-bajo y es imprescindible entender que las cosas se deben hacer con seriedad si pretendemos dar a la ciudadanía munición para defenderse de las informaciones oficiales. También creo que es deseable la cooperación mutua, la eliminación del egocentrismo que ha sido tradicional entre los colectivos e intelectuales de izquierdas. Estamos embarcados en un proyecto colectivo en el que cada uno tiene su papel y puede encontrar su hueco.

J.C.: Citando a uno de mis referentes teóricos, Pierre Bourdieu, diré que la sociología es un deporte de combate. Con esto quiero decir que todos podemos utilizar la propia profesión como elemento de lucha. El problema viene cuando se te pide que, además de ser sociólogo, seas político, juez...

P.S.: Eso no es factible si no quieres terminar agarrado a una botella de güisqui porque quisiste cambiar el mundo y no pudiste. Es mejor, por una simple cuestión de salud mental, marcarse un objetivo pequeñito y alcanzarlo.



Rebelión