

# El control social de los medios

"La información crea vínculos que sin ella no existirían y consecuentemente instaaura comunidades de pensamiento y de sentimiento. Si la mundialización de la sociedad pasa por su fieri, ello se debe en término primerísimo a tales relaciones. La información conduce a una inserción activa en la vida de las comunidades humanas, tanto en la inmediata y local como en la distante y mundial. No solamente es así posible la civitas máxima - ideal de los filósofos de la Edad Moderna -, sino que únicamente va a serlo gracias a la información."<sup>(1)</sup>

ÁNGEL BENITO

Estas palabras del profesor Juan Beneyto, pionero de la ciencia y la enseñanza de la comunicación colectiva en nuestro país, se cierra una apretada síntesis del hecho social de la información y de su función pública. Toda una cadena de implicaciones y consecuencias de índole psicológica, sociológica y política, subyace en esta contemplación del fenómeno informativo como soporte de las relaciones humanas y como fundamento de un nuevo orden internacional.<sup>(1)</sup>

La transcendencia pública de la función informativa que ha sido reconocida desde las más contrapuestas posiciones teóricas<sup>(2)</sup> viene subrayando desde hace más de un siglo el valor político de la información: la importancia que para el gobierno de los pueblos tiene el recto uso de los medios informativos. Esta consideración del papel de la información como instrumento para el acceso a la democracia o como arma para el mantenimiento de un determinado régimen político, ha dividido en dos posiciones extremas el entendimiento del problema a nivel práctico.

## LIBERACIÓN DE LA POLÍTICA

De un lado, los regímenes de vieja tradición democrática han asumido la función informativa y crítica de los me-

dios de comunicación social, y éstos han entrado a formar parte del conjunto institucional sobre el que se asienta la estructura plural de toda constitucionalidad democrática. Al otro extremo de la dialéctica política, en los regímenes autoritarios, la prensa y demás medios informativos entrarán a formar parte del poder como instrumentos dirigidos a la potenciación de regímenes políticos unipartidistas. Pero en ambos casos y con las naturales diferencias de todos conocidas, se llegó a un monopolio de la pluralidad informativa. En el caso occidental por imperativos de la economía capitalista, y en el oriental, como consecuencia obligada de la ideología política imperante en el poder.<sup>(3)</sup>

En los últimos decenios se han multiplicado los atentados a la libertad de información en los países con democracia pluralista, tal como viene denunciando anualmente el Instituto Internacional de Prensa<sup>(4)</sup>, y cada día son más numerosas las noticias relativas a la quiebra del monopolismo informativo en los regímenes autoritarios, con la consiguiente secuela de escándalos políticos, procesos y expulsiones de escritores y periodistas fuera de sus fronteras; problemas que también se dan en las democracias.<sup>(5)</sup>

Pero hay una tercera circunstancia histórica que obliga a una revisión del control de la información: nos referimos a lo

<sup>(1)</sup> Juan Beneyto, *información y sociedad*. Madrid Revista de Occidente 1970.17

<sup>(2)</sup> Para una ampliación del tema véase mi trabajo *La libertad de información en Nuestro Tiempo*, núm. 135, 233-256.

<sup>(3)</sup> William L. Rivers y Wilbur Schramm, *Responsabilidad y comunicación de masas*, Buenos Aires, Troquel, 1973, 39-66.

<sup>(4)</sup> Angel Benito, *La información es un universo democrático*, en *Prensa y convivencia internacional*, Barcelona, Instituto de Ciencias Sociales, 1964, 233-240

<sup>(5)</sup> El informe anual acerca de la situación de la libertad de información en el mundo, difundido por la presidencia del Instituto Internacional de Prensa, constituye el repertorio documental más completo referido al tema que se publica en el mundo y se elabora a partir de los informes aparecidos en el Boletín mensual del Instituto, *Cahiers de I.I.P.*

<sup>(6)</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> Camilo Taufic, *Periodismo y lucha de clases*, Santiago de Chile, Quimantú, 1973, y Hester, Albert L., *Journalisme et Tiers Monde*, Bruselas, Boeck, 1989.

<sup>61</sup> Esta búsqueda de una tercera vía que trate de superar la contraposición liberalismo – autoritarismo y sus ideologías derivadas en punto al control de la información, es ya bien antigua en mi preocupación científica y profesional. Así puedo citar, entre otros muchos trabajos y artículos: *Actitudes ante la opinión pública*, en *Nuestro Tiempo*, núm. 104, 1963; *La opinión pública en Hispanoamérica*, en *Estudios Americanos*, núm. 111, 1963; *Poderes de la prensa en Nuestro Tiempo*, núm. 106 1963; *Prensa, religión y política*, en *Comunicación social e integración europea*, Barcelona, Instituto de Ciencias Sociales, 1968, págs. 131-147; *Perspectivas actuales del derecho a la información*, en *Nuestro Tiempo*, núm. 169-170, 1968; *Información, integración social y libertad*, Madrid, Escuela Oficial de Periodismo, 1972; *Libertad contra la prensa*, Madrid, en ABC, 8-7-1973; *Función social de la información*, en *Nuestro Tiempo*, núm. 226, 1973; serie de colaboraciones relativas a la socialización y popularización del poder de informar en *Nuevo Diario*, Madrid, ediciones dominicales de noviembre y diciembre de 1975 y enero y febrero de 1976; *Socialización y regionalización informativa*, Bilbao Asociación de la Prensa, abril, 1976; *La socialización de la información de actualidad*, Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, curso de doctorado 1976-1977; *La radio la fenomenología social*, en *Radio, medio de comunicación*, Barcelona 1975; *La Televisión y la nueva cultura*, en *Cuadernos de Comunicación* núm. 27, 1977; *La socialización del poder de informar*, Madrid, Guadiana, 1978, 270 pp; *El control social de la información*, Madrid, Univ. Internacional Menéndez Pelayo, 1981; *La invención de la actualidad*, Madrid-México, F.C.E., 1995.

<sup>62</sup> Vid Pizarro Quintero y otros, *Historia de la prensa*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, 1994. También, Williams Raymond, *Historia de la comunicación*, de la in-

que ya puede llamarse revolución del Tercer Mundo, a cuyos jóvenes regímenes políticos, de corte nacionalista y revolucionarios, no sirven ya los viejos modelos capitalistas o totalitarios. Unas muestras muy representativas de esta tercera vía hacia una nueva concepción del papel de la información en el contexto social y político, a escala nacional e internacional, las tenemos en la experiencia de la popularización gremial de la prensa, puesta en práctica por la revolución peruana, y desde una perspectiva teórica, en las formulaciones conceptuales de algunos ideólogos chilenos allendistas, encaminadas a poner la información en manos de las fuerzas populares progresistas como único camino de libertad social, cultural y política; en ambos casos, fracasaron.<sup>63</sup>

Evidentemente, el control estrictamente económico no ha resuelto el problema de conseguir un equilibrio entre las posibilidades de informar y las exigencias de libertad por parte de los públicos. Mucho menos la experiencia de los países totalitarios pueden ser hoy un modelo a imitar, habida cuenta su negación práctica del pluralismo social y político. Por otra parte, los planteamientos tercermundistas están muy lejos de alcanzar una eficacia real, dada la falta de una estructura social autogestionaria que requiera largos años para su implantación, sobre todo a partir de sociedades capitalistas, además del carácter utópico de tales planteamientos. Se hace así necesario intentar una nueva tercera vía que, sin olvidar los objetivos tercermundistas de una información auténticamente social – liberada tanto del poder del Estado como de los partidos, y autónoma con respecto al poder económico– suponga una auténtica socialización del poder de informar, en la que el control social ha de anteponerse al control estrictamente político y económico.<sup>64</sup>

## MEDIOS Y PLURALISMO SOCIAL

La evolución histórica de la información contemporánea nos permite hoy

contemplar –desde el punto de vista constitucional, especialmente– un proceso acelerado de liberalización de los medios informativos, primero, la prensa y, más tarde, la radio y la televisión. En Europa, a lo largo del siglo XX, los grandes acontecimientos históricos han corrido parejos con el desarrollo de los medios informativos, que han gozado de mayor o menor libertad, según el régimen político imperante en cada tiempo y lugar<sup>65</sup>. La prensa como instrumento formativo de larga antigüedad, ha sufrido desde siempre las manipulaciones del poder y a ello nos hemos referido al comentar el control económico de los medios, en los países de economía de libre mercado, y también, su utilización como “longa manus” del poder político, en los regímenes totalitarios.

Al encarar el control social de los medios –como un nuevo camino para alcanzar unos sistemas de comunicación que respondan verdaderamente a las necesidades y deseos de los ciudadanos– lo que se está planteando es cómo conseguir que, en los medios, tenga un reflejo lo más exacto posible del pluralismo real que se da en la sociedad: la circulación libre de noticias es un síntoma bien claro de la sanidad social:

*“En una sociedad abierta, que es aquella en la que el individuo desempeña un papel relevante en la determinación de su propio destino, la noticia alcanza una prioridad básica. Ha podido desarrollarse particularmente cuando la sociedad civil ha conquistado parcelas de libertad en detrimento de la autoridad central. Por el contrario, cuando el poder central, ha sido fuerte, la noticia ha encontrado grandes dificultades para difundirse”.<sup>66</sup>*

Se está haciendo referencia sin citar-lo expresamente a que una sociedad abierta, en el plano de la comunicación, es aquella que se ve reflejada en los medios, porque existe la posibilidad política y técnica de emitir mensajes sin interferencias de ningún tipo, salvo la responsabilidad ética de los profesionales. Pero en el es-

tado actual de la tecnología de los medios, los inventos aplicados a su perfeccionamiento técnico y organizativo han concentrado en las cúpulas de la comunicación todo el poder para emitir mensajes, que, de un modo vertical se difunden a los ciudadanos.

En el siglo XIX, cuando un ciudadano escribía una carta a un periódico, establecía una relación de proximidad para protestar de algo o sugerir alguna cosa. Hoy, cuando un telespectador o un oyente escriben a la televisión o a la cadena de radio, ello no sirve para nada. Apenas se ha abierto un portillo para dar entrada a los públicos en la programación radiofónica, mediante las encuestas de SÍ o NO, o a través de las llamadas a los programas; pero, éstas son pocas; muchas veces están filtradas por personal de la propia emisora y generalmente suelen coincidir con las posiciones ideológicas de las empresas y de los profesionales de los distintos medios. Hoy, las cartas de los lectores en los periódicos ocupan un porcentaje mínimo de las opiniones y noticias que se publican.

Los medios difunden lo que estiman oportuno y los públicos son sólo sus destinatarios, tal vez perdidos en un universo de hechos que ya no les pertenece;

*"La Sociedad ha sido definida como "gente en comunicación" -ha escrito James Martín-. Si tenemos la impresión de que la sociedad se está desintegrando, tal vez ello se deba a que los canales de comunicación no son los adecuados. En los pueblos pequeños la gente se comunica verdaderamente: se encuentra en la calle, se cruzan rumores, tienen mucha influencia en la vida local. Las comunicaciones modernas nos han proporcionado unos horizontes nacionales, no locales. "Unas caras distantes" nos leen las noticias en la televisión. Pagamos unos impuestos gigantescos y en continuo crecimiento a unos gobiernos de los que estamos muy alejados. Marshal McLuhan habla de la aldea global, pero el invento de la aldea global no*

*funciona porque los medios de comunicación solamente tienen una dirección".<sup>(10)</sup>*

Nos encontramos ante la utopía que, de modo irónico, ya propugnaría Balzac en su tiempo, cuando decía que la libertad de prensa era una propiedad de los propietarios de los periódicos y que solamente si cada ciudadano tuviera uno propio podría hablarse de libertad de prensa. Frente a esta utopía está la realidad de las cosas, el hecho técnico de unos medios de difusión de noticias, cada día más costosos, víctimas de los errores, el subjetivismo y manipulaciones de todo tipo. La consecuencia es el desequilibrio constante entre la información y la sociedad:

*"La situación de equilibrio se restablecería en el supuesto teórico de que dado sujeto individualmente considerado poseyera en su acervo la suma de los conocimientos especializados que cada uno de los expertos pone a disposición -profesionalmente- del mensaje como producto acabado de transmisión; lo cual, por postulado axiomático, es imposible, habida cuenta que aun admitiendo la hipótesis de que uno o varios sujetos determinados fueran capaces, por sus especiales disposiciones y aptitudes, de alcanzar tal grado de saber y de mantenerlo permanentemente actualizado, esta posibilidad se estima difícilmente generalizable a grupos significativos, desde la óptica estadística de la población".<sup>(11)</sup>*

Los medios audiovisuales, con la proximidad ficticia a los hechos que ofrecen sus audiencias, han agravado aún más este distanciamiento entre sociedad y medios, lo cual dificulta el reflejo del pluralismo de aquélla en éstos: porque ver la realidad en la pantalla no es participar en ella:

*"La participación en la comunicación de masas favorece esta necesidad, pero sólo la satisface en apariencia. Bien es cierto que la radio y la televisión proporcionan al radio-*

*prensa a nuestros días. Barcelona Bosch 1992.*

<sup>(10)</sup> Ponce Ruiz, Manuel, *Teoría y crítica de la noticia*, Sevilla, Padilla Libros, 1995, 207.

<sup>(11)</sup> Martín, James *La sociedad interconectada*, Madrid, Tecnos, 1990, 94.

<sup>(12)</sup> Cabrerizo Plaza, F. Jesús, *El futuro anticipado*, Madrid, Fundesco 1986, 95.

(12) Doelker, Christian, *La realidad manipulada*, Barcelona, Gustavo Gili, 1992, 189.

(13) *Public Opinion*, Nueva York, The Free Press, 1992.

(14) *Communication Research and the Social Psychology* Universidad de Pittsburgh, 1951.250.

(15) Vid, para el estudio del origen y desarrollo de las ciencias de la información y comunicación, mi libro *Introducción a la Teoría General de la Información*, Madrid, Guadiana, Madrid, 1973 y *Fundamentos de Teoría General de la Información*, Madrid, Pirámide, 1982. Fue la primera historia sobre el tema.

(16) Pöpper, K. *Das Wechselseitige Wirkungsverhältnis Zwischen Periodikum und Publikum*, Berlín 1994, 317.

*yente y al televidente, en especial en las transmisiones en directo, un máximo de sensación de participar, pero en su calidad de medios de una sola vía -unidireccionales- le relegan al aislamiento. Ocurre con frecuencia que se mantiene apegado al medio, sin llegar a tener consciencia de su aislamiento. Y, por otra parte, se acostumbra a que el mensaje le llega del otro lado, desde fuera. Él ya no tiene nada que decir. Enmudece".*<sup>(12)</sup>

Esta función de los medios como vías para la participación ciudadana en los intereses y necesidades colectivas, dado él demostrado poder de atracción y convicción de la comunicación colectiva, está claramente investigada hace más de setenta años. Ya en 1922 -con algún impreciso precedente anterior- Walter Lippmann dejó fijado en una obra clásica que:

*"Los media tiene un impacto particularmente poderoso cuando presentan conocimientos que van más allá de la experiencia directa del espectador o lector".*<sup>(13)</sup>

Aunque esa influencia de los medios -sus efectos, según la terminología vigente durante decenios- va más allá de ampliar el conocimiento de los públicos, así lo expresaba otro clásico de la investigación de las comunicaciones de masas, Paul Lazarsfeld, hace más de cuarenta años:

*"Los media pueden tener influencia sobre el conocimiento, las actitudes, las opiniones y el comportamiento de la gente. Tales efectos pueden ser inmediatos o aplazados, de corta duración o influencia amplia. Los efectos individuales se pueden transformar en cambios institucionales... mediante reacciones individuales o por complicadas interacciones, como cuando unos cambios institucionales producidos por los medias influyen a su vez sobre los individuos".*<sup>(14)</sup>

## EFFECTOS, CONSECUENCIAS, TIRANÍAS

La búsqueda de cuales son las consecuencias individuales y colectivas de los medios es una constante en la investigación de las comunicaciones de masas, tanto para alertar acerca de sus efectos negativos como para estudiar su contribución al progreso y pluralismo social, ya que la expresión en los medios de este pluralismo es él más claro exponente del control social sobre ellos.<sup>(15)</sup>

*"Tal vez el contenido omnicompreensivo de las noticias que distribuyen los medios -prensa, radio y televisión-, sea él más claro testimonio de su esfuerzo por ser voceros de toda la realidad. Una realidad que en los textos escritos del periodismo impreso, en los programas noticiosos de la radio y en los informativos televisivos, se nos presenta como una nueva realidad: la actualidad elaborada por los profesionales, que se universaliza al abarcar el mundo y que suscita la curiosidad de los públicos al despertar su interés. Esta universalidad de contenidos y de públicos es una garantía del carácter social y plural de la comunicación colectiva".*<sup>(16)</sup>

El estado actual de la ciencia sobre las consecuencias sociales de los medios, en los individuos y en los colectivos humanos arrastra la vieja dicotomía que divide a los investigadores y a las escuelas en partidarios de los medios y en enemigos de ellos: los que piensan que la acción de la comunicación colectiva es beneficiosa para el progreso social y aquellos otros para los que esta acción pública es perjudicial: porque amplía los conflictos, enfrenta a los ciudadanos, son escuelas de delincuencia, se constituyen en inquisidores de la vida pública y de las conductas individuales, etc.

En nuestros días la pregunta acerca de qué producen los medios en la sociedad, sigue dominando la investigación:

*"La vuelta al concepto del fuerte poder de influencia de los medios constituye, como habíamos dicho antes, una novedad en la medida en que los paradigmas de los períodos precedentes se han simplificado en su complejidad y, quizás, desvirtuado. Además, si es verdad que el desplazamiento de la atención hacia los efectos a largo plazo determina peculiarmente la investigación actual, ello no es ninguna novedad y, sobre todo, no es un aspecto tan difundido en los modelos actuales".*<sup>(17)</sup>

Que los medios no actúan a corto plazo, más que en circunstancias muy excepcionales, ya se decía y, por otra parte, también se sabe que los medios no están solos, ni para bien ni para mal: que son coadyuvantes en el progreso social, en paralelo o imbricados con otros elementos y circunstancias; lo que también ocurre cuando nos ocupamos de aclarar los efectos negativos de los medios.<sup>(18)</sup>

La evolución de las investigaciones relativas a las consecuencias sociales de los medios se ha desarrollado en paralelo a la búsqueda de cuáles son los conceptos vectores en cada etapa de la ciencia de la comunicación. La idea inicial se fundamenta en que sea el mensaje, aquello que, de modo simbólico representa las generalidades sociales, desde los momentos primeros de la comunicación reglada entre los humanos:

*"La idea de mensajes –dice Kippendorff– (la coincidencia de la naturaleza simbólica representativa de los intercambios humanos) tiene sus orígenes en una fecunda combinación del comercio intercultural y de la ciencia, que hizo su aparición en la antigua Grecia".*<sup>(19)</sup>

Esta consideración de las comunicaciones, basadas en subrayar el contenido de lo que se comunica, es propia de las etapas pretecnológicas, aquéllas en las que el contacto plural entre los que todavía no son considerados como públicos, se funda, sobre todo, en lo que se quiere decir; lo cual también se ha

aplicado en etapas posteriores de la ciencia. La Psicología y la Sociología facilitarán otra consideración:

*"La idea de canales (la conciencia de las limitaciones que impone a la expresión humana la elección de un determinado medio) tiene sus orígenes en el empleo cada vez mayor de la tecnología de las comunicaciones a partir de la imprenta y, más tarde, del uso de medios electrónicos".*<sup>(20)</sup>

Cuando empieza a prevalecer el concepto de comunicación, en el sentido de intercambio, de mensajes con respuestas, es que los teóricos empiezan a valorar la necesidad de otorgar a las audiencias un papel activo en los procesos de comunicación como consecuencia de los estudios psicosociales de la comunicación, valorando los distintos elementos que concurren en la fuente y en el destino de los mensajes:

*"La idea de comunicación (la conciencia de las dependencias interpersonales, las relaciones sociales, la estructura y la estratificación social que crea, de modo subrepticio, el intercambio de información) tiene sus orígenes en los veloces cambios sociales, incluida la decadencia de las instituciones sociales y de las relaciones humanas tradicionales, desde comienzos del presente siglo".*<sup>(21)</sup>

Es que, a partir de los comienzos de nuestro siglo, el amontonamiento de tecnologías nuevas, que universalizan contenidos y difusión van a ir colocando la acción de los medios en la preocupación general, dada su comprobada incidencia en todo tipo de comportamientos y de relaciones sociales, como venimos diciendo.

El mismo Kippendorff, en su análisis concluirá su dictamen señalando que,

*"La idea de sistema (la conciencia de las interdependencias globales y dinámicas) tiene sus orígenes en el difundido uso de la compleja tecnología de las comunicaciones de masas, de*

<sup>(17)</sup> Wolf Mauro *los efectos sociales de los medios* Barcelona Paidós 1994, 49

<sup>(18)</sup> Vid Benito A. *La dramatización de la violencia* Cuadernos de información y comunicación. Universidad Complutense, Madrid 1995 núm. 1 59-69.

<sup>(19)</sup> Kippendorff Klaus *metodología de análisis de contenido*, Barcelona Paidós 1990-11

<sup>(20)</sup> Idem.

<sup>(21)</sup> Loc. Cit. Y Alvarez J.T., *Elementos para un nuevo modelo de análisis histórico. De la historia del periodismo a la historia total*, "Revista de la Universidad Complutense" núm. 113, 1988. Este estudio es la primera aportación española a la historia de la comunicación desde la teoría General de los sistemas.

<sup>(22)</sup> Idem.

<sup>(23)</sup> Noelle Neumann, Elisabeth *Die Schweigespirale: Öffentliche Meinung. Unsere soziale Haut*. Munich Piper Verlag, 1980, 169.

<sup>(24)</sup> Cabrerizo Plaza, F. Jesús, o.c., 111.

<sup>(25)</sup> O.c., 150.

las redes de transmisión de canales múltiples y los ordenadores, con la consecuente dispersión de las formas organizativas y el entrecruzamiento de las empresas industriales privadas, los organismos gubernamentales, los medios de comunicación de masas y otras instituciones"<sup>(22)</sup>

Sea cual sea la idea que presida en cada momento o autor, lo cierto es que los medios proyectan determinadas consecuencias sobre los públicos, que no siempre advierten las influencias que reciben, y que, corrientemente, no suelen admitir fácilmente que son víctimas, más pasivos que activos, de la acción diaria de la comunicación colectiva.

Para Noelle Neuman estas consecuencias —o efectos— son recibidos inconscientemente:

*"La gota de agua que cae continuamente desgasta la piedra... Los efectos de los medios son en gran parte inconscientes: las personas no están capacitadas para dar cuenta de lo que ha pasado. Mezclan más bien, sus percepciones directas con las filtradas, con la mediación de los medios de comunicación de masas, en una unidad indivisible que a las personas les parece provenir de sus propios pensamientos y experiencias... Muchos de estos efectos de los medios pasan de manera indirecta, en cuanto las personas adoptan la mirada de los medios y actúan del modo correspondiente».*<sup>(23)</sup>

La inconsciencia lleva incluso a negar la acción de los medios por parte de los componentes del público, según asevera Cabrerizo en una investigación incontestable:

*"Los sujetos individualmente considerados están dispuestos a reconocer en grado mínimo que los modernos medios de comunicación social repercuten sobre su pensamiento en general (sobre los definidores de su personalidad), aunque son absolu-*

*tanente proclives a admitir que en el resto de las personas esta repercusión sí es muy importante.*

*De esta forma, la presentación de la tesis de la presunción que manteníamos más arriba en el sentido de que ante las sugerencias que despliegan los modernos medios de comunicación social, para ejercer su influencia sobre las audiencias integradas por los sujetos individualmente considerados, éstos apenas creen que en casos concretos dicha influencia sea notable, puede corroborarse en estos momentos sin resquicio para la duda razonable".*<sup>(24)</sup>

Pero, la percepción de los mensajes y la asunción de lo que en ellos se propone, tiene mucho que ver con el sentido o sentidos que se utilizan para recibirlos. Es necesario recordar que el mensaje oral, sometido a la fugacidad del mensaje radiofónico, subraya aún más la inconsciencia del receptor, como el mismo Cabrerizo puntualiza:

*"Esto significa que en el nivel de los hechos conscientes el sujeto se halla mucho mejor preparado para ejercer una crítica serena y reflexiva ante este tipo de mensajes en tanto que, en el extremo opuesto, cuando el mensaje posee carácter oral, tiene muchas menos oportunidades de ejercer una discriminación consecuente y que, por esta razón, puede resultar más fácilmente vulnerable e inducido a conductas que no responden con fidelidad a los dictados de su propio albedrío"*<sup>(25)</sup>

La vulnerabilidad de los públicos ante los mensajes divide aun hoy a los especialistas, pesimistas u optimistas ante el papel de la comunicación colectiva, especialmente de la televisión como medio de masas. Hay también una tercera vía: la de aquellos autores que aún conscientes de la manipulación a que pueden ser sometidos los medios, encuentran razones éticas y profesionales para un uso correcto de los medios. Veamos alguna muestra.

Herber I. Schiller, tal vez el profeta de la catástrofe aplicada a los medios, los ve como verdaderos tiranos de las conciencias.

*"Lo que descubrimos en verdad, es la forma de la comunicación, tal como se desarrolla en las economías de mercado, y en particular en los Estados Unidos, es una verdadera corporización del control de conciencia. Esto se prueba muy fácilmente en la técnica de difusión de la información que denominaremos fragmentación, técnica que en los Estados Unidos se utiliza en gran escala. Freire, observaba empleando otra terminología: "Una de las características de la acción cultural opresiva que los profesionales comprometidos en ella, entusiastas pero ingenuos, casi nunca perciben, es el énfasis en una visión focalizada de los problemas que elude encararlos como dimensiones de una totalidad".*<sup>(26)</sup>

## ENTRE LA RESPONSABILIDAD Y EL CONTROL

Resulta evidente que la información que ofrecen los medios ha de ser forzosamente fragmentaria, como son los hechos que recogen las noticias. Sucesos ocurridos aquí o allá, en ésta u otra área de la realidad, protagonizados por unos u otros de los individuos que componen los públicos, cada uno con su subjetividad, su curiosidad, y sus intereses. Pero los medios informativos han de tender forzosamente a la universalidad: a recogerlo todo para llevarlo a todos: aquella frase de Goethe que tanto gustaba a mi maestro Dovifat, en la Universidad Libre de Berlín "El que mucho lleva, puede llevar algo a muchos".<sup>(27)</sup>

La fragmentación que dice Schiller, o la focalización opresiva de que habla Freire al reparar en que los hechos convertidos en acontecimientos por periodistas son lo que los periodistas estiman de interés para sus públicos, es inevitable. Integrar la totalidad del conocimiento de la actualidad en la mente de cada

individuo del público es una operación intelectual de cada persona, que no puede ser sustituida por la acción selectiva de los periodistas, abocados a publicar esto o aquello, que, según su saber y experiencia, satisface la necesidad de conocer y los intereses de los propios públicos; otra cosa es el trabajo profesional bien o mal hecho, por cualquier circunstancia que altere la autonomía y el buen trabajo de cada día.

Es lo que un profesor universitario español y político, Antonio Fontán, expresaba cuando se dedicaba a la enseñanza de periodistas, alertando ante los retos que la economía de mercado y los deseos del público imponen a diario:

*"La presa va a tener que hacer, cada día, una opción entre los principios morales que deben inspirarla y que la autoridad tiene el deber de exigir que la inspiren, para que no impida el desarrollo de las instituciones que perfeccionan a los hombres, y a las tentaciones del sensacionalismo mercantilista o la servidumbre a los gustos espontáneos del público".*<sup>(28)</sup>

Sin duda, la posibilidad de que los medios desarrollen, al menos mayoritariamente, una labor positiva para los ciudadanos es la tesis también comunmente admitida, aún advirtiendo los riesgos que tiene la comunicación de masas.

Otro profesor universitario español y también político González Seara, advertía ya hace tres lustros de estos peligros y requería un esfuerzo científico y profesional para resolver estos problemas hoy, ya en la era de la sociedad informatizada decía González Seara:

*"Partamos de un hecho básico: la información es fuente de poder y la multiplicación de los medios y procedimientos para poseerla genera unas posibilidades grandes de apropiación en beneficio de una minoría social, sin las debidas garantías de control por parte de los ciudadanos. Razón suficiente, por sí sola, para explicar sus recelos y prevenciones*

<sup>(26)</sup> *Las manipulaciones de cerebros* Buenos Aires, Gamica, 1984, 39. – Vid también, Freire, Paulo *¿Extensión o comunicación?*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1983.

<sup>(27)</sup> *Wer vieles bringt, wird manchen et was bringen* cit., por Dovifat, Emil, *Periodismo*, UTEHA, México, 1959, Tomo, I, 10.

<sup>(28)</sup> Fontán Antonio, *Situación y perspectivas de la presa actual*, "Nuestro Tiempo", Pamplona, núm. 100, 482.

<sup>(29)</sup> González Seara, Luis. Prólogo a: Reese J. y otros, *El impacto social de las modernas tecnologías de la información*, Madrid, Tecnos, 1982, 12-13.

<sup>(30)</sup> Wolf, o.c., 55.

<sup>(31)</sup> Martín Barbero Jesús, *Comunicación masiva, discurso y poder*, Quito, Ed. Epoca, 1978, 28.

<sup>(32)</sup> Schiller H.I. *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Barcelona, G.Gil, 1976, 11.

<sup>(33)</sup> Véase para un estudio global del informe MacBride *Communication in the Eighties: a Reader on the McBride Report*, Roma I.D.O.C., 1980. Se trata de un conjunto de estudios muy contrastado en el que participan varios de los redactores del informe McBride-Hamelik (Holanda) y Rocangliolo (Chile), entre otros y algunos conocidos partidarios de la socialización de los medios, como el finlandés Nordentreg y el ya citado Herbert I. Schiller.

*de muchos ante la expansión creciente de las tecnologías de información. De ahí la necesidad urgente de hacer estudios y evaluaciones sociales, pero sabiendo que su progreso y su expansión son imparables*"<sup>(29)</sup>

En el citado libro de Wolf, de 1994, hay una respuesta de síntesis, acerca de lo que la investigación de los últimos años ha aportado al conocimiento de las consecuencias de los medios y concluye, a partir de las obras de Sarton, Ignatief y Wissen:

*"La progresiva interdependencia entre sistemas políticos y en el sistema social entre sus componentes, la creciente transparencia en los media respecto a su propia estructura, la convicción de que con el desarrollo de la sociedad de la información el Homo sapiens cede inexorablemente el sitio al "hombre vidente", la idea de que la televisión haya contribuido de manera decisiva a "echar abajo las barreras de la nacionalidad, religión, raza y geografías que antes dividían nuestro espacio moral", todos estos elementos han llevado al primer plazo la atención hacia la influencia que los media tienen sobre nuestros acontecimientos y sobre la construcción de las imágenes en el sentido de generar efectos de tipo cognitivo, es decir, relativos a las imágenes de realidad y conocimiento que difunden, construyen o establecen en el tiempo"*<sup>(30)</sup>

Al reparar la investigación en los aspectos cognitivos, lo que se hace es cambiar el ya periclitado -aunque reciente- concepto de sociedad informatizada por el de sociedad de conocimiento.

Los medios, con tantos elementos técnicos a su disposición, hacen entrar a los públicos en una sociedad más amplia, aquella que se basa en el saber en continua difusión y apertura. Que esta entrada ideal en una sociedad del conocimiento sea positiva o negativa es otra cuestión. Existe bastante confusión acerca de que sean los efectos en el orden conceptual y cual sea específicamente la función de los medios en la proyec-

ción de esos efectos. De otra parte, aún no se ha conseguido completar la investigación cuantitativa con suficientes investigaciones cualitativas, aunque se haya avanzado en ella. Pero no cabe duda que se ha enriquecido la Sociología del conocimiento.

Para algunos autores, lo que dificulta la acción positiva de los medios es que su acción ha sido programada desde el poder económico: la tiranía comunicativa es una tiranía de la clase dominante; la burguesía. De alguna manera, estos autores desconfían del poder creativo de la libertad individual y social:

*"Si la burguesía ha llegado a imponer su lenguaje como el lenguaje de los medios, no ha sido por arte de magia, sino por otro arte, el del control de la propiedad, el del monopolio económico de los medios. Desde el momento de su nacimiento, ha tenido una conciencia muy clara del papel que los medios iban a jugar"*<sup>(31)</sup>

Como Schiller diría: *"La fusión de la fuerza económica y del control de la información, fabricación de inágenes, formación de la opinión pública, llámese como se quiera, llegaría a ser la quintaesencia del poder nacional e internacional"*<sup>(32)</sup>

*Los hechos también a escala mundial, han dado la razón a estas aseveraciones, y el Informe McBride, en el que consolida la preponderancia de los Estados, en la delineación de políticas nacionales de comunicación, que salió adelante con las reticencias y aun con la oposición de determinados países occidentales, fue un peligroso espaldarazo a todos los que, aun formando parte de democracias consolidadas, estiman que el poder de información debe ser controlado y aun dirigido desde el otro poder, el de gobernar"*<sup>(33)</sup>

La resolución del problema político que supone la apertura de alternativas viables por las que los públicos se acercan a sus medios habituales de información, no puede plantearse si no se tiene en cuenta la situación real de los

diferentes instrumentos informativos, contemplados aisladamente -su desarrollo tecnológico y organizativo- y en su conjunto -la complementariedad que la prensa, la radio y la televisión, como medios dominantes, han ido alcanzando en los últimos tres lustros.- Existe, por otra parte, una tradición desequilibrada en el tratamiento legal de los distintos medios de información, desequilibrio que ha sido denunciado por Anastaplo con referencia a los Estados Unidos, pero en unos términos muy aplicable a nuestra realidad.

*"Las reglas que gobiernan a la prensa y la televisión - dice el autor citado - son, en la actualidad muy diferentes. Así por ejemplo, la prensa apenas está regulada como tal, mientras que la industria de la Televisión como tal está ampliamente regulada". Y añade "en beneficio de nuestro estilo de vida, no puede haber circunstancias constitucionales ordinarias, ningunas restricciones previas para la prensa, y deberán existir más restricciones previas de las que existen hoy para la televisión"*<sup>(34)</sup>

Pero ¿Cuál es actualmente la situación de los medios en cuanto a su servicio a los públicos?

## LA COMPLEMENTARIEDAD DE LOS MEDIOS

*"Nadie está ajeno a la acción de los medios de comunicación. Es una acción global, en la que cada uno, - la prensa, la radio, y la televisión- ejerce su acción particular y de acuerdo con su propia tecnología y peculiaridades psicológicas. Pero en su conjunto, los tres grandes procedimientos de acopiar y difundir información y hechos culturales, con tanta trascendencia política y social, es una verdadera atmósfera artificial en la que los públicos viven inmersos, sin distinguir bien si sus comportamientos y hasta sus convicciones, están mediatizados por un medio en particular o por todos en su conjunto"*<sup>(35)</sup>

Este comentario apunta sin duda a la situación real de los medios, que, al realizarse simultáneamente y por separado su labor diaria de información y comunicación, se nos aparecen como los soportes de esa nueva realidad, en la que todos los ciudadanos vivimos cada día como si fuera nuestra segunda naturaleza. La cristalización de esta segunda naturaleza es hoy fruto de la tecnología que en los últimos veinte años, ha proporcionado a la prensa, a la radio y a la televisión más posibilidades de desarrollo y expansión impensables para la generación posterior a la II Guerra Mundial. Toda la tecnología se amontona para alcanzar un mismo objetivo: captar la realidad del acontecer del mundo, en todas sus dimensiones, para ofrecerlo a todos bajo la forma de noticias; concurrencia en las fuentes de los hechos y en el destino: los públicos de todo el mundo.

La concurrencia de la prensa escrita, la radio y la televisión en la explotación de la información de actualidad y su incidencia global consiguiente sobre los mismos públicos, constituye actualmente uno de los supuestos de análisis de mayor interés en el ámbito de la comunicación colectiva. Hace unos treinta años tuve oportunidad de publicar fuera de España una síntesis de la investigación sobre ese mismo supuesto<sup>(36)</sup>, cuyas conclusiones pueden servirnos hoy como punto de partida: ¿Qué habría ocurrido en el decenio de 1955-1965, década del primer gran desarrollo de la televisión, y cual es la situación treinta años más tarde, cuando la prensa escrita está en minoría, la radio gana sucesivas posiciones con la implantación de la F.M., y la televisión arrebató a los otros medios la parte del león del mercado publicitario?

En 1965, la conclusión última acerca de la concurrencia prensa, radio, televisión no era otra que la constatación de una rivalidad. Los teóricos habían venido señalando que el futuro de los tres medios había de buscarse por una decidida diversificación de sus fines: la radio habría de dedicarse a una información instantánea y al entretenimiento

<sup>(34)</sup> Anastaplo George, *Autogobierno y medios masivos*, Buenos Aires, Clor, 1977, 176.

<sup>(35)</sup> Sourier, Pierre, *L'enjeu des médias dans le monde*, París, 1995, 207.

<sup>(36)</sup> Benito Angel "Rivales et complémentaires: Presse, Radio y TV." París, *Journalistes*, núm. 19-20, abril, 1985.

<sup>137</sup> Sobre este esquema, Marshall McLuhan elaboró su *Understanding Media*, Nueva York, Mac Graw Hill, 1964.

<sup>138</sup> Los problemas psicológicos de la recepción de los mensajes a través de los distintos medios están ya en Paul F. Lazarsfeld, *Radio and the Printed Page*, Nueva York, Anell, 1940. Vid la visión actual de: Bueta Facorro, Luis, *Fundamentos psicosociales de la información*, Madrid Centro Ramón Areces, 1992.

<sup>139</sup> Trudole, Karl, *Die zwecke der Zielpartner*, Berlín, 1993, 271.

to; la prensa debería profundizar en su papel de explicar las noticias y fortalecer su función cultural, y la televisión, en tercer lugar, seguiría siendo vehículo noticioso y ampliar su público de masas mediante la dramatización —la conversión en gran espectáculo— de toda la realidad sociocultural.

Con estos presupuestos, que los teóricos habían extraído de una investigación empírica y de alcance mundial, la televisión comenzaba a ser el gran rival de los otros dos medios de masas, al introducir nuevos valores en la relación medio-público que se hacía párente en cuatro aspectos a considerar.

- en el desarrollo de un nuevo tipo de público merced al impacto unitario del mensaje audiovisual;
- en la continua transformación de este nuevo público gracias al conocimiento audiovisual de las cosas;
- en cuanto que la televisión se constituyó en un instrumento efficacísimo para la promoción social; y
- teniendo en cuenta que la televisión, al crear nuevos tipos de públicos, dada su amplitud y su modo particular de tratamiento de la realidad, provocó toda una transformación de la prensa tradicional y aun de la misma radio, en un clima competitivo de auténtica rivalidad.<sup>137</sup>

En un primer momento, la estructura de esta rivalidad situó en un lugar a la prensa sola, y, en el otro, a los medios audiovisuales, la radio, y la televisión. Los análisis de experiencias, al filo de 1965, denunciaban que la radio y la televisión actuaban sobre los comportamientos colectivos y las estructuras mentales individuales de un modo global que puede graduarse en las siguientes conclusiones; conclusiones que son válidas todavía en la actualidad:

1. Las técnicas de información audiovisual provocan en sus receptores reacciones inmediatas, irreflexivas y fugaces, a diferencia de la acción reconocida de antiguo a la prensa creadora de estados de reflexión, de madurez y de ponderación interior.

2. Por la razón anterior, los estados de opinión creados desde los medios audiovisuales eran y son más espontáneos y vivaces, pero carecen de la permanencia que caracteriza la lectura y relectura de la prensa

3. A partir de la radio y la televisión, considerada en toda su dimensión, disminuye la actitud crítica del receptor, ya que la información insinuante de viva voz en la radio, y, sobre todo, la pretendida objetividad de la imagen televisiva, solicitan inmediatamente la adhesión individual.

4. La misma fugacidad del programa radiofónico y de la información por imágenes en la televisión, simplifican extraordinariamente, la actitud mental de los públicos, con la segura evasión hacia la asunción fácil o la inhibición.<sup>138</sup>

5. En el orden de la repercusión social, la radio y la televisión son una fuente de renovación y de elevación general dado el bajo índice sociocultural general de sus públicos; son instrumentos idóneos para la extensión de la educación popular al menos de la información de base, en el supuesto comprobado de que constituyen el único instrumento para la penetración de la cultura en grandes zonas de la tierra, son igualmente un medio para alcanzar una mayor por el mejor conocimiento mutuo y el más rápido contacto entre los hombres y los pueblos.

## EL PÚBLICO, SUJETO UNIVERSAL DE DERECHO A LA INFORMACIÓN

*"Los públicos son la razón de ser de la información; la prensa, la radio y la televisión, en cuanto que organizaciones dedicadas técnicamente a la difusión de noticias y otros contenidos informativos, tienen en los públicos su referencia permanente: sin públicos no existiría la comunicación colectiva, que, en el transcurso de los siglos, se ha ido perfeccionando para adecuarse a las exigencias y necesidades de las audiencias".<sup>139</sup>*

Esta apelación permanente a lo que los públicos esperan de los medios, entraña toda la historia de la tecnificación: la evolución y el perfeccionamiento técnico de los instrumentos informativos. En la tensión que se establece entre los medios y los públicos —la relación comunicativa entre fuente y destino—, éstos, los públicos, en una consideración global del fenómeno, siempre han sido el elemento pasivo del proceso. Esto que llaman hoy radio y televisión interactiva, no pasa de ser más que un procedimiento electrónico para seleccionar lo que se quiere ver o escuchar o una posibilidad pequeñísima de intervenir para dar opiniones o hacer preguntas.

En un principio, la fuente de la comunicación colectiva —el periodismo naciente— no fue más que una persona o un pequeño grupo, dedicados a recoger noticias locales y el público no era más que un reducido colectivo de lectores de noticias, que en muchos casos, por referirse a hechos conocidos directamente, no tenían la curiosidad universal que la tecnología permitiría más tarde.

Con la aparición de la imprenta y su continuo perfeccionamiento técnico, los públicos se contarán por miles, por cientos de miles y aun por millones. La tecnificación de los procedimientos de impresión y la aparición y desarrollo de la radio y la televisión, trajo dos grandes consecuencias: el aumento ilimitado de los públicos y la necesidad de convertir la organización artesanal de empresas de comunicación. Este desarrollo ha alejado aun más a los públicos de la posibilidad de convertir a los instrumentos informativos en verdaderos instrumentos de comunicación.<sup>(40)</sup>

Una consideración política clásica del papel de la prensa, sustentada hace ya cuarenta años por el teórico Emil Dovifat, constataba entonces el no reconocimiento del valor público de la información.

*"Si bien la libertad de prensa figura desde un principio como fundamento general de toda constitución de*

*mocrática dentro del derecho del hombre a la libertad de opinión, el reconocimiento de la misión pública de la prensa se hace bastante más tarde. Aún mucho después llega la comprensión de que esa misión pública reclama derechos especiales e implica obligaciones".*<sup>(41)</sup>

En esa carencia de un entendimiento de que en el juego de la prensa y demás medios éstos están sujetos a una serie dual de derechos y obligaciones, se fundamentan las tensiones entre los medios y sus públicos, que sólo se irán superando, al menos en buena parte, hasta que los públicos lleguen a ser considerados elementos activos, también básicos, en los procesos de comunicación, sea cual sea el medio empleado: sólo cuando los públicos llegan a ser considerados elementos activos, determinantes, en el proceso comunicativo, se puede hablar de una auténtica democracia en cuanto a la concepción y el uso que se haga de la libertad de información.

Hoy a la hora de encarar la complejidad que supone la tecnificación creciente de los procesos comunicativos, es la falta de una presencia activa de los públicos en los medios la preocupación general de los teóricos.

*"Ahí radica, sin duda —según Mattelart— otro desafío de importancia que nos lanza la llegada de nuevas tecnologías. Se nos interroga sobre el nuevo estatuto de la información (información multidimensional que pasa ahora por vías electrónicas) y sobre el de las categorías sociales que trabajan en ella y la controlan. Esas preguntas deberían inducirnos a pensar sobre la posibilidad efectiva de situar como principal problema de la democracia de nuestros días la participación de los diferentes componentes de la sociedad civil no sólo en la producción de su propio discurso en los medios de información sino también en las "opciones tecnológicas" subyacentes a la extensión de las redes de comunicación".*<sup>(42)</sup>

<sup>(40)</sup> Vid de Fleur, Melvin y Ball-Rokeach, S.J., *Theories of Mass Communication*, Nueva York, Longman, 1989, 190-192.

<sup>(41)</sup> Periodismo, México, U.T.E.H.A., 1959, 17.

<sup>(42)</sup> Mattelart, Amand, *Olvidar la comunicación*, "Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad", núm. 1, Madrid, Fundesco, 1985, 11.

<sup>(47)</sup> Desantes, José María, *Fundamentos del Derecho de la Información*, Madrid Roycar impresores, 1977, 177.

<sup>(48)</sup> Fariás García, Pedro, *Derecho a la comunicación*, "Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación", Madrid, Paulinas, 1991, 339, 340, y 341.

<sup>(49)</sup> Soria Carlos, *Derecho a la información*, "Diccionario de Ciencias y Técnicas de la comunicación", Madrid, Paulinas, 1991, 344.

Se plantea así no solo la necesidad de una participación activa de los públicos en los medios, sino también que los públicos y la sociedad en su conjunto como público de los medios, ha de tomar parte en la planificación de los hallazgos técnicos que se aplican a los medios y a los modos como esa tecnología modifica los procesos de comunicación que dan lugar a la difusión de los contenidos informativos en cada caso.

La necesidad de que esto deba ser así se fundamenta en la esencia misma del derecho a la información, que en las formulaciones más puestas al día señala a los públicos como titulares genuinos universales y primordiales de este derecho a la información.

Con rotundidad y con amplitud abiertamente social, dice Desantes a este propósito:

*"Sujeto actual del derecho a la información es "todo hombre". En consecuencia, todo hombre tiene capacidad subjetiva potencial en el Derecho de la Información, activa y pasiva; no existe solamente la facultad de recibir, sino también la de investigar y publicar. El sujeto universal puede ser una persona física o jurídica -incluso el estado y los demás entes públicos, - una comunidad de hecho, - la opinión pública en sentido subjetivo- o de derecho - una asociación legalmente establecida - genérica o específica - minorías étnicas, etc."*<sup>(53)</sup>

Esta consideración de la capacidad activa y pasiva de todo hombre en el ejercicio del Derecho a la información ha tardado bastante tiempo en cristalizar en la práctica y en la doctrina. Según Fariás, desde la negación del Derecho a la Comunicación, propia de todos los absolutismos históricos, hasta el reconocimiento de que este Derecho es fundamental y propio de todo hombre y de la sociedad, se ha tenido que superar la fase de patrimonialización de la comunicación por parte de las burguesías dominantes y el dirigismo estatalista en

los totalitarismos y en el poder ejecutivo de las democracias. Pero hoy:

*"Desde el punto de vista jurídico - filosófico, el derecho a comunicar, como postulado de la sociabilidad humana, es un derecho fundamental, anterior a su recepción por el derecho positivo, que no hace otra cosa que reconocerlo y declararlo"*<sup>(44)</sup>

## UN DERECHO PARA TODOS

En un momento histórico en el que la tecnología pensemos en Internet permite a cualquier individuo entrar en contacto con cualquier parte del mundo, es necesario recordar que esta universalización práctica de la comunicación ya había sido considerada antes como un derecho que asiste a todos los hombres, como un derecho humano y fundamental; otra cosa es que el nivel de desarrollo económico y tecnológico permita el ejercicio de ese derecho.

Dice Soria:

*"El derecho de la información es, en razón de su sujeto, universal. Todos los hombres, cada hombre concreto con independencia de la edad, condición, nacionalidad, profesión o bienes, es titular del derecho a la información. Titularidad que, por extensión, también abarca a las personas jurídicas."*<sup>(55)</sup>

Tales afirmaciones no pueden darse más que en aquellas situaciones históricas en las que el hombre y la sociedad juegan su papel activo en toda la vida social. La universalidad del derecho a la información, al radicar en un derecho humano de toda persona y de todas las personas es también universal en los medios a emplear para ejercer ese derecho; es universal geográficamente - de todos en todas partes - a través de cualquier medio: sin ninguna limitación en cuanto al uso de la tecnología y sin fronteras que limiten el ejercicio expansivo de ese derecho. Sólo en el objeto de la comunica-

ción -el contenido de las informaciones- puede limitarse: por la responsabilidad ética de los profesionales o por las barreras jurídicas, que, razonablemente, imponga la prudencia política en determinados asuntos o situaciones.

La universalidad del derecho a la información, que otorga un papel activo a los públicos de la comunicación colectiva, es también universal en la forma de ejercerlo: para saber más, la facultad de investigar; para hacer saber, la facultad de difundir y para simplemente saber, la facultad de recibir información. Estas tres facultades sin las cuales no existe el derecho a la información, pueden ejercitarse juntas o separadamente y otorgan a los ciudadanos un papel central, primordialmente en la práctica de este derecho:

*"La idea de que la información - dice también Soria - es el objeto de un derecho humano y la libertad el único modo de ejercitar con sentido ese derecho llevan a esta conclusión revolucionaria: la información pertenece al público. Se culmina así un proceso histórico - informativo que primero situó el centro de gravedad en la idea de soberanía, es decir, en el poder; más tarde en la idea de tener, y por tanto, en la empresa informativa; después en la idea de ser y en consecuencia, en el profesional de la información y finalmente en la idea de debe ser, de servir la satisfacción de un derecho".<sup>(46)</sup>*

En nuestros días, los medios audiovisuales, la radio, y la televisión especialmente, ocupan un lugar preeminente en las preferencias de los públicos, y, el ejercicio del derecho a la información a través de estos medios se dificulta, habida cuenta del papel directivo que juegan los Estados. De hecho en casi todos los países, la radio y la televisión son concesiones de los gobiernos, que vigilan y muchas veces entorpecen el desarrollo libre de estos medios. Se reconoce así, incluso en los Estados Unidos:

*"Los legisladores enunciaron ante todo el importante principio de que las ondas pertenecen al pueblo y de que sólo podrán ser utilizadas por personas privadas mediante un permiso formal del Gobierno, por un plazo determinado. Las licencias podían ser otorgadas o canceladas según conviniera al interés, la comodidad o necesidad públicas".<sup>(47)</sup>*

El problema, cuando se quiere analizar en la práctica el ejercicio efectivo del derecho de la información, a través de los medios audiovisuales, procede, de una parte, de la versatilidad del medio, de la fugacidad de sus mensajes y de la extensión de sus audiencias. Por otra parte, la complejidad de la programación televisiva y en menor medida de la radiofónica, dificulta seriamente el acceso real de los públicos al medio de una manera concreta y determinante. De ahí que, cuando el Estado el que ha de medir el grado de adaptación de los medios audiovisuales a los intereses de los públicos para revocar o no una concesión, dado el criterio estrictamente político que suele seguirse, lo que realmente queda arrumbado es el derecho ciudadano a expresarse a través, de esos medios, porque el derecho de los medios audiovisuales es derecho a la información.

*"El derecho de los medios audiovisuales -ha escrito González Ballesteros- reticula así unos principios que, partiendo del derecho eminente a la información están en relación con los canales a través de los cuales se comunican los medios auditivos, los medios visuales o los medios audiovisuales. La información a través de estos canales ha de cumplir perfectamente el objetivo de la perfecta realización del derecho a la información. Pero tal realización se ha de llevar a cabo con todas las características de estos canales audiovisuales, con sus limitaciones y con sus posibilidades, con la gama de lenguajes a que dan margen, que entrañan unos condicionamientos de los mensajes".<sup>(48)</sup>*

<sup>(46)</sup> O.c. 346.

<sup>(47)</sup> De Fleur, Melvin L. Y Ball-Rokeach, S.J. *Teorías de la Comunicación de masas*, Barcelona Paidós, 1993, 144.

<sup>(48)</sup> González Ballesteros, Teodoro, *Derecho de los medios audiovisuales*, Diccionario citado, 358.

<sup>(49)</sup> Loc. cit.

<sup>(50)</sup> Roulet, Paul, *Le journal, le droit de la presse et la liberté de information*, París, Mox. 1956, 129.

Los condicionamientos técnicos de los canales audiovisuales, que exigen formas específicas de codificación de los mensajes y las características propias de su proceso de producción, no eximen a estos medios. Aunque se hayan desarrollado en un momento histórico en el que han nacido bajo la tutela del Estado, el derecho a la información se ha de ejercer también a través de ellos, a pesar de su complejidad específica. A este tenor dice G. Ballesteros:

*"El derecho a los medios audiovisuales, en extensión y grado de generalización ocupa un estadio intermedio entre el derecho de un medio singularizado y el derecho de la información en su máximo sentido genérico. Podríamos, en tal caso decir que el derecho de los medios audiovisuales es del que propiamente se puede decir que es un derecho específico. El derecho de cada medio sería, en cambio, un derecho individualizado."*<sup>(49)</sup>

Independientemente de su consideración teórica derecho *específico*, pone todos los medios audiovisuales en conjunto o derecho *individualizado* para cada medio en particular, lo cierto es que la doctrina universaliza el alcance del derecho a la información, sea cual sea el medio empleado, tal como hemos apuntado más arriba. Asentado el principio del derecho a la información, la tecnología no es más que un instrumento para el ejercicio de ese derecho, lo que viene a constituirse en réplica social a la labor profesional de informar y opinar como funciones legítimas de los medios de comunicación.

*"Los medios —dice Roulet— son los encargados de informar acerca de la realidad. Realizan la función técnica de ofrecer a los públicos lo significativo e interesante; son un espejo de los hechos con un testigo que espera y critica: el público. Y el público —las audiencias de los medios— tienen la obligación y el derecho de reclamar ser oído, de constituirse en parte del diálogo social: los medios son para los públicos y no al revés."*<sup>(50)</sup>

Si los medios son para los públicos, el problema estriba en cómo los medios responden a las expectativas de sus públicos y más aún —algo que no ha sido resuelto ni técnica ni profesionalmente— de qué manera los públicos pueden llegar realmente a ser un elemento activo del proceso informativo, protagonista no sólo de los hechos informativos sino con un papel activo en la fuente de todo fenómeno comunicativo.

## LOS PÚBLICOS, SUJETOS ACTIVOS DEL PROCESO

El carácter público de la información no procede solamente de las consecuencias sociales del hecho informativo. Procede, de manera determinante del carácter activo de los públicos, que no son únicamente destinatarios de la información. En el proceso comunicativo de los grandes medios, el público es también agente: verdadera fuente en la que se origina la información. Los públicos son los protagonistas de los hechos, aunque luego sean también destinatarios de los acontecimientos que narran los periodistas.

Este doble papel de las audiencias en el proceso comunicativo, que nace jurídicamente, como hemos visto, al ser los públicos el sujeto universal y primordial del derecho a la información, es la piedra de toque de toda la historia del derecho informativo. Los medios han de responder a las necesidades informativas de sus públicos, y, cuando la labor de los profesionales alcanza a satisfacer los intereses del público, los medios aciertan: porque en ellos se ve reflejados los asuntos que preocupan socialmente y en cada momento a los individuos que componen las audiencias, en mayor o menor número según las posibilidades técnicas y organizativas de los distintos medios: siempre será necesario un cierto nivel de coincidencia —cuanto más alto mejor— entre medio y público:

*"Si los periódicos no aprenden a escuchar a los lectores y adaptarse a su forma de vida morirán. Y si los periódicos tratan sus contenidos sólo como una mercancía, perderán sus espiri-*

*tus. Y la democracia será perjudicada. Y en cualquier caso morirán*".<sup>(51)</sup>

De una forma más teórica, un famoso informe de hace unos años, relativo a la necesidad de que la sociedad esté satisfecha de la acción de los medios y con su ayuda prospere, planteaba la urgencia de canales de acción horizontal para alcanzar esa coincidencia comunicación colectiva – individuos:

*"Los intereses de la sociedad en su conjunto se mueven en torno a las cuestiones de cómo satisfacer las necesidades sociales mediante las tecnologías de información. El tema central aquí es el de la descentralización... Otro centro de interés lo constituye la posibilidad de complementar los medios convencionales de información de masas con otros medios de comunicación bidireccional, con vistas a aumentar las oportunidades de selección individual y a hacer la vida diaria más agradable*".<sup>(52)</sup>

Tal función de satisfacer las necesidades sociales la formuló de un modo metafórico uno de los grandes teóricos alemanes de los medios, Bücher, especialista en economía de la prensa, en el primer cuarto de este siglo, en sus "Selecciones sobre la ciencia periodística":

*"Lo que realmente vale aunque se trate de monedas de muy pequeño tamaño, es lo que el periódico reparte. Si la acuñación está bien lograda, si el talón es legítimo entonces contribuye a aumentar el acervo cultural de la nación, aunque nadie pueda nombrar ni conocer al maestro que acuñó la calderilla*".<sup>(53)</sup>

El maestro que acuña la calderilla es el periodista y, por extensión todos los profesionales de los medios; obligados por vocación personal y exigencia de los públicos a satisfacer esas exigencias, sitúan ya a los destinatarios en un verdadero papel activo en el proceso comunicativo; cuando los públicos demandan información, desatan la maquinaria de todo el sistema, constituyéndose en

acicate para los profesionales; de alguna manera son fuente de las noticias al interesarse por unos hechos o por otros.

Este papel activo del público para demandar información, para exigir respuestas ante problemas de ámbito social y político, para ser considerado, en suma, elemento principal en el proceso comunicativo, tiene su piedra de toque en todos aquellos asuntos relativos a la administración del Estado y al gobierno. La exigencia de información de los asuntos públicos es una capacidad democrática y una obligación de los gobernantes:

*"El público, el ciudadano, la prensa - dice G. Ballesteros -, quien partiendo de la soberanía popular... tiene el fundamental derecho a ser informado de las acciones u omisiones políticas del gobierno o de las actuaciones perversas de cualquier poder público. Y si tales poderes le niegan, ocultan o encubren la información, es legítimo que le sea dada a conocer por los medios de comunicación*".<sup>(54)</sup>

La acción de los medios, por lo tanto, no es una decisión graciosa de los periodistas; es una obligación para responder a lo que los públicos quieren saber y es, precisamente, esta demanda del público la razón de ser de la información misma:

*"Cuando los medios satisfacen plenamente las necesidades de sus audiencias, aciertan en su función pública, ya que así justifican su papel y encuentran su lugar en el libre juego de las instituciones en las que se explicita la sociedad y sus grupos*".<sup>(55)</sup>

## POLÍTICAS NACIONALES DE COMUNICACIÓN

Tal tarea social de los medios no es fácil y está llena de complejidad, lo que comporta la función técnica de informar y la misma complejidad de los públicos.

De Fleur y Ball-Rokeach lo expresan así:

<sup>(51)</sup> Hoyt, Michael, *The wichita experiment* "Columbia Journalism Review", julio, 1992, 43.

<sup>(52)</sup> Uwe Kalbhen, Fritz Krückeberg, Jürgen Reese, *Las repercusiones sociales de la tecnología*. Ed. Tecnos, Madrid, 1983, 203.

<sup>(53)</sup> *Gesammelte Aufsätze Zeitungskunde*, Tubinga, 1926, 35.

<sup>(54)</sup> González Ballesteros Teodoro, *Los derechos del público*. "Fundesco", diciembre 1996, núm. 183.5.

<sup>(55)</sup> Roulet, o.c., 247.

<sup>(56)</sup> De Fleur M.L. y Ball-Rokeach S.J., *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1993, 180.

<sup>(57)</sup> Para un análisis de la elaboración del informe MacBride, Vid. Righter, Rosemary, *La Unesco medium del nuevo mensaje*, "El control de la información", Madrid, Pirámide, 1982, 123 y ss.

<sup>(58)</sup> Benito Angel, Aranguren, J.L. Eco, Umberto y otros *La ventana electrónica*, México, Eufesa, 1983, 14.

*"El primer componente importante del sistema social de la comunicación de masas es el público. Es un componente de notable complejidad. El público está estratificado, diferenciado e interrelacionado con las muchas formas que las ciencias sociales han estudiado durante años. Algunas de las principales variables, que juegan un papel en determinar como operará este componente dentro del sistema, son las principales necesidades e intereses de los miembros del público, las diversas categorías sociales representadas en el público, la naturaleza de las relaciones sociales entre los miembros del público. Estas variables apuntan a mecanismos de conducta que determinan las pautas de atención, de interpretación y de respuesta de un público con respecto a un tipo determinado de contenido".*<sup>(59)</sup>

Por estas razones, la investigación científica empeñada en averiguar cómo son los públicos y que medios y contenidos prefieren, se ha esforzado en los últimos años en fijar los perfiles, de las audiencias, en muchos casos por el interés económico en acertar a la hora de elegir los medios como vehículos publicitarios. La eficacia social de los medios, su reconocido papel de conformadores sociales y su utilización incluso en la polémica y el enfrentamiento político, ha presenciado en el último cuarto de siglo, desde posiciones autocalificadas de democráticas, de verdaderas planificaciones para la dirección desde las cúpulas gubernamentales de los medios y sus consecuencias públicas.

El planteamiento teórico de esta concreta utilización política de la información parte, precisamente de un informe de la Unesco dedicado, en sus ideas sustanciales, a definir la comunicación colectiva, sus medios y sus consecuencias sociales, como una institución al servicio del hombre, de los derechos individuales y colectivos, entendidos de un modo activo: es el hombre el protagonista principal del proceso comunicativo, tal como venimos explicando.

Me refiero al denominado *informe MacBride*, titulado bella y sugestivamente "Un solo mundo, voces múltiples", aprobado por la Asamblea General de la Unesco y publicado en México en 1980; tal vez el documento de mayor envergadura dedicado al estudio de los medios de comunicación y de su acción pública, aparecido en este siglo. La aprobación del informe final, tras los debates en diversas Asambleas Generales y reuniones de todo tipo, en varios continentes, contó con el apoyo entusiasta de los pequeños y medianos países, especialmente las emergentes democracias latinoamericanas, en las que aún quedaban muchos resabios de sus seculares regímenes autoritarios y aún totalitarios.<sup>(57)</sup>

Ya en 1983 – y en México – me ocupé del problema, ante las experiencias del dirigismo político de la información en América Latina:

*"El denominado Informe MacBride, en el que se consolida la preponderancia de los estados en la delimitación de políticas nacionales de comunicación, que ha ido saliendo adelante con las reticencias y aún con la oposición de determinados países occidentales se dibuja como un peligroso espaldarazo a todos los que, aún formando parte de democracias consolidadas, estiman que el poder de información debe ser controlado y aún dirigido desde el otro poder, el de gobernar".*<sup>(58)</sup>

Desde el punto de vista teórico, una *Política Nacional de Comunicación* es tanto un programa de acción informativa en manos de los gobiernos, que se convierten así en las más importantes fuentes de información, como un acto político por el que las autoridades dirigen toda la información del país. Uno de sus adalides la definía del siguiente modo:

*"Una política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y*

normas, dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país".<sup>(59)</sup>

Nos encontramos así ante el viejo mundo autoritario de entender la información como un instrumento al servicio de la política del gobierno, en línea con el entendimiento dirigista y adoctrinante que el texto de la Unesco otorga a la función informativa gubernamental:

*"El modo de emplear la comunicación institucional dependerá de los objetivos que le hayan sido fijados, puede apuntar a vencer a los individuos y a formar el espíritu crítico; puede reforzar unos intereses individuales estrechos o promover el interés que suscitan unos problemas colectivos, pueden contribuir a que los dominadores sojuzguen a los dominados o crear la voluntad y la ocasión de una participación real; pueden humanizar o burocratizar las relaciones sociales. Las prácticas de comunicación no son un fin en sí mismas sino que forman parte de un conjunto más amplio."*<sup>(60)</sup>

El dirigismo político de los medios, sustentado en el informe de la Unesco y hecho suyo por determinados países de democracias nuevas y por muchos de democracias viejas, supone un giro de ciento ochenta grados en los usos de la comunicación. De subrayar el papel activo de los públicos en el proceso informativo y de considerar a los medios y a sus profesionales como depositarios de la confianza social para la gestión del mundo de las noticias – de una manera autónoma y responsable – se pasa a un entendimiento de la comunicación colectiva como un instrumento más al servicio de la política y de los políticos en el poder, que son los encargados de señalar por dónde debe ir y por dónde no la acción informativa de las propias empresas privadas.

Robert N. Pierce, al analizar la situación de la libertad de expresión en América Latina alertó ya sobre ello en 1982:

*"Los gobiernos latinoamericanos ejercen un control previo en el contenido de los medios informativos – como cosa distinta de un castigo por lo que publiquen – de cinco maneras fundamentales:*

1. *Notificando a los directores sobre una base adecuada qué temas "candentes" del momento no pueden tocar.*
2. *Dictando leyes que especifiquen qué tipos de contenidos no se pueden publicar ni emitir por las ondas.*
3. *Estableciendo una censura oficial de los textos (inspeccionando y a veces destruyendo los ejemplares antes de que lleguen a la fase de distribución).*
4. *Obligando al medio a publicar o emitir, al pie de la letra, los boletines informativos del gobierno.*
5. *Imponiendo el secreto acerca de las actuaciones del gobierno, cosa que se llama censura en la fuente."*<sup>(61)</sup>

Estos cinco procedimientos de controlar y dirigir la información, de manera universal y con tan tristes precedentes en el pasado, hacen realidad los modos autoritarios en la política informativa:

- Prohibir la difusión de aquellos asuntos que en cada momento estima el gobierno; por lo cual supone una vigilancia permanente de la actualidad por parte de organismos del Estado: un entendimiento burocrático de la realidad, que se escamotea a los públicos;

- establecer mediante la ley una lista de temas que el poder político estima no deben ser dados a la publicidad; una especie de constitucionalización del secreto de Estado;

- institucionalización de la previa, con lo que ello entraña de desprecio y presión sobre los profesionales de la información, amén del insulto a los públicos;

- estas modernas políticas informativas recrean las viejas técnicas totalitarias de las consignas: los medios se ven obligados a publicar lo que al Gobierno interesa;

<sup>(59)</sup> Beltrán, Luis Ramón. *Políticas Nacionales de Comunicación*. Revista Chasqui, Quito, 1982, 7.

<sup>(60)</sup> MacBride, Sean y otros *Un solo mundo voces múltiples Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Unesco F.C.E., 1980, 208.

<sup>(61)</sup> *Libertad de expresión en América Latina*, Barcelona, Mitre, 1982, 270.

<sup>(62)</sup> Es infinita la estimación de la libertad. Digesto, libro L, tit. XVII, ley 176, 1<sup>o</sup>.

<sup>(63)</sup> Tortton, Merry, *The Discourse of Advertising and the press*, Boston, 1996, 193.

<sup>(64)</sup> Comunicación de masas. Control y política pública, "Enciclopedia internacional de las Ciencias Sociales", Vol. 2, 589.

- se censura también las fuentes informativas institucionales: no se permite publicar aquello que hace el poder prohibiendo su difusión.

A la vuelta de los años, cuando la necesidad de la autonomía profesional es un principio generalmente aceptado y cuando los mismos inventos tecnológicos van poco a poco potenciando la pluralidad de acceso a los medios, por parte de todos los públicos - con las evidentes diferencias entre países ricos y países pobres - nos encontramos con estas Políticas Nacionales de Comunicación, que entrañan una evidente conculcación de la libertad de información y, por otra parte, una negación brutal del necesario papel activo de los públicos en los procesos informativos. Estos modernos imitadores de los casi desaparecidos dictadores han olvidado aquella bellísima frase del Digesto: *In-finita estimatio est libertatis*.<sup>(62)</sup>

## EL LIBRE CONTROL SOCIAL

Frente a estos intentos contemporáneos de anular la presencia activa de los públicos en los medios y otorgar la dirección al poder político, las democracias asentadas se han esforzado a lo largo de este siglo en conseguir que sea la sociedad la que controle los medios. En todos aquellos países, llamados por los expertos *de sistemas no subordinados*, la propiedad de la prensa, la radio, la televisión y demás medios es de propiedad privada. Y, con las naturales diferencias de unos países a otros, es la sociedad, a través de las empresas y grupos económicos, la que ejerce el control, indirectamente social de los medios.

La propiedad de los medios en manos privadas supone un control económico, tantas veces volcado al beneficio comercial con olvido de su obligada contribución a la verdadera libertad de los públicos. Además, la presión de los anunciantes es también una forma de control social, aunque esté sometida a la competencia económica de la libre oferta y demanda.

Dice Tortton:

*"Los anunciantes - y el poder económico que representan - es una verdadera control del medio, más comercial que ampliamente social, pero, sin duda representación de unos colectivos comerciales e industriales, que entrañan una fuerza real en presencia. La publicidad agiliza la vida económica y pluraliza la satisfacción de necesidades de bienes y servicios que tienen los individuos del público"*<sup>(63)</sup>

Pero, son los públicos directamente los que mejor ejercen el control social sobre los medios; son las audiencias, las que con su presencia o su retirada de éste o aquel medio, les otorgan a las empresas de comunicación su legitimidad, su carta de naturaleza para seguir en el trabajo diario.

Wilburg Scharmm, uno de los más influyentes teóricos de la comunicación de masas, lo dejaba bien claro en una de sus aportaciones científicas más traducidas, un artículo en la "Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales", hace casi treinta años:

*"La opinión pública, especialmente cuando se refleje en las suscripciones a los periódicos, la popularidad de los programas o la asistencia a los cines, constituye un control poderoso sobre los medios de propiedad privada y, hasta cierto punto, también sobre los de propiedad pública. Así por ejemplo, la BBC, si bien es una corporación pública, ha modificado continuamente sus programas de televisión como resultado directo de comparar sus audiencias con los conseguidos por las estaciones comerciales"*.<sup>(64)</sup>

Esta presión de la opinión pública sobre los medios, es particularmente eficaz cuando se ejerce desde colectivos organizados, como ocurre con la denominada *Catholic Legion of Decency*, que tanto ha influido en la industria cinematográfica norteamericana. Lo mismo ocurre, en muchos países con asociaciones

sociales, que, en defensa de sus miembros y de sus intereses concretos, ejercen un fuerte control de los medios, control que, en muchos casos, acaba en los tribunales. Estos colectivos vienen a ser figuras de contrapoder contra la influencia social de los medios.<sup>(65)</sup>

Aquí en España, treinta años después de este análisis de Schramm, estamos delante del mismo fenómeno. Los medios de comunicación, en unas circunstancias de alta politización de la vida nacional, demuestran con sus audiencias, que el país está dividido con la llegada al poder de los conservadores. La mitad de las audiencias de las cadenas de radio. Por ejemplo, sigue con preferencia las emisoras adictas al Partido Socialista, que gobernó el país entre 1982 y 1996; la otra mitad, crítica con el Gobierno anterior por tantos excesos de poder que están en los Tribunales de Justicia, aparece alineada con el Partido Popular llegado al Gobierno.

En el momento actual entre nosotros, las altas audiencias de la radio alcanzan los treinta millones de oyentes. Por lo que hace a las grandes cadenas, las más significadas políticamente se reparten casi por igual gran parte de la audiencia y, dado que, en la orientación política, la Cadena SER y la COPE están enfrentadas, sus públicos suponen un verdadero control sobre el medio. Los de la SER, mayoritariamente seguidores del P. Socialista y enemigos del P. Popular, y así se manifiestan en las ondas, con una programación que favorece y promueve esas actitudes y juicios. En a cadena COPE, propiedad de la Conferencia Episcopal, pero en la que sus profesionales tienen un altísimo grado de autonomía profesional, las intervenciones de los oyentes, críticos con los socialistas, son también presionados por los contenidos que se les ofrecen, y, a la par, son un acicate más para periodistas y demás profesionales de la emisora.

En ambos casos, en la SER y en la COPE, nos encontramos con muestras muy claras de control social.<sup>(66)</sup>

También entre nosotros ha aumentado el número de colectivos y asociaciones ciudadanas, organizados en torno a los más variados supuestos, que desarrollan presiones sobre los medios al hilo de sus intereses. Las Asociaciones de Usuarios y Consumidores, las Asociaciones Culturales y de derechos humanos, las organizaciones no gubernamentales humanitarias, las instituciones de defensa del ciudadano, al nivel del Estado y en cada una de las Comunidades Autónomas, son, entre otros verdaderos cauces de control sobre la información; bien es verdad que sus quejas y sugerencias sólo abundan en la prensa, menos en la radio y nada en la televisión.

En el caso de nuestra televisión, las presiones de las audiencias que, al aparecer los canales privados y al desarrollarse los organismos televisivos públicos en las Comunidades Autónomas, se han diversificado, ejercen una enorme influencia sobre los programadores. Las televisiones públicas estatales han popularizado sus contenidos, en busca de más espectadores y en dura competencia con los contenidos comerciales, y bajos los canales privados. En esta adaptación de contenidos se está dando en España una fuerte presión social, tal vez un control social que, desgraciadamente, apuesta más por productos de bajo nivel cultural que por una programación de calidad;

*"El control de los públicos sobre los medios informativos — decía Emil Gabel — es cambiante como las modas y, como en especial las audiencias de televisión tienden al mínimo esfuerzo de comprensión y interiorización, vanos caminando a una situación informativa en la que los esfuerzos se van a dirigir a bajar hasta el ínfimo rasero de las masas, desatendiendo la tarea de elevarlos a unos intereses superiores."<sup>(67)</sup>*

<sup>(65)</sup> Loc. cit.

<sup>(66)</sup> Vid para los datos de audiencias, De Miguel, Amando, *La sociedad española 1925-96*, Madrid, Editorial Complutense, 1996, 349, 388

<sup>(67)</sup> *L'enjeu des média*, París, 1983, 314.