



Un 15M para la prensa

*Querida suscriptora,
querido suscriptor:*

Hace unos días andábamos conmemorando el décimo aniversario del 15M y yo no me quitaba de la cabeza algo que un día me confesó Julio Anguita en una entrevista. Todos los años, me contaba, cuando llegaba el mes de abril, unos y otros lo llamaban para participar en charlas sobre la Segunda República o hacer sesiones de fotos con la bandera tricolor. Por no ser maleducado, me reconocía con mirada pícaro poco habitual en él, se inventaba cualquier excusa: no, mira, es que tengo médico, ya sabes mis problemas de corazón, un tema muy delicado; qué más quisiera que ir, pero justo tengo otro compromiso ese día. “Si quieren conmemorar que llamen a Rita la Cantaora, que yo estoy hasta las narices de conmemoraciones de la Segunda República, no me interesa, yo lo que quiero es trabajar en la Tercera”, mutaba la mirada de picardía a cabreo levantando ese dedo índice que la naturaleza le dio para señalar con precisión lo que necesitaba ser señalado. Siempre me han generado simpatía los aguafiestas.

Sea uno un aguafiestas o no, si algo de utilidad tiene seguir recordando hitos anteriores es entender el porqué de sus aciertos y errores. Quizá el mayor éxito del 15M tuviese que ver con las palabras. Con la creación de un lenguaje que no necesitó intermediarios que lo validaran. No hicieron falta tertulianos de radio y televisión, ni tampoco editoriales en los principales diarios para que en cualquier rincón del país se entendiese sin problemas lo que significaba “no nos representan”. Este éxito, el de tener voz propia sin la necesidad de contar con la complicidad de los grandes medios, entronca con su mayor fracaso. Mientras se señalaba a la clase política, el 15M olvidaba que eso era sólo un pequeño trocito de la tarta del poder. Tan pequeño y con tan poca importancia a nivel estructural que diez años después hasta el PP celebra primarias y echa del partido a los corruptos. Y, sin embargo, poca cosa ha cambiado en lo fundamental. Mientras el 15M lograba crear un discurso ajeno a los grandes medios, se olvidaba de señalarlos con un dedo índice preciso, señalarlos como herramienta poderosísima y putrefacta en manos de grandes empresas con el interés puesto en seguir meándonos eternamente y seguir eternamente asegurando que llueve. El 15M olvidó señalar a los grandes medios como pieza clave para entender los males de este país.

El pasado lunes arranqué la semana topándome con un titular que me zarandó: “No, el bebé rescatado en Ceuta por un guardia civil no es un muñeco”. Al parecer, y esta sería la verdadera noticia, alguien había conseguido poner a trabajar a todo un equipo de periodistas y verificadores para desmentir una gilipollez como esta. Y esto, al menos, habría que considerarlo buen periodismo. Imaginen el resto. Hemos visto a famosos periodistas escandalizarse cuando el Gobierno anunció que desmentiría bulos sobre asuntos sanitarios en plena primera ola de la pandemia. Un ataque a la libertad de prensa, lo llamaron, dejando claro que en España la libertad de prensa de algunos incluye el uso de falsedades. Una línea editorial puede ser afín a políticas de izquierdas o de derechas, es muy legítimo, pero jamás debe mentir. Me pregunto si podría pasar en España algo como lo que sucedió en EE.UU., cuando la cadena Fox (afín a los republicanos) cortó unas declaraciones de Trump en las que mentía sobre el resultado de las elecciones. Una pregunta fácil de responder cuando uno recuerda la reciente nube de micrófonos que acompañó a Santiago Abascal por Ceuta mientras éste se inventaba una invasión inexistente en el mundo real, caldeando un ambiente ya de por sí caldeado. Aquí no podría pasar lo que pasa en Estados Unidos porque los medios son la primera línea de una guerra basada en la propaganda.

Necesitamos con urgencia un 15M de los medios de comunicación. Si hace diez años todos entendimos los mensajes que el 15M emitía contra la clase política, fue en gran parte porque la gran mayoría compartía esos mensajes. Independientemente de ideologías. Con los medios de comunicación pasa algo similar. Prueben a buscar en su familia a alguien que vote al PP, a Podemos o al PNV, tenga una opinión favorable sobre la labor que ejerce la prensa de este país. Es tan triste como cierto que, piense uno lo que piense, culpe uno a quien culpe del problema, hay consenso: los grandes medios no trabajan para el interés ciudadano, ni para su correcta información, sino para otra cosa. En los altavoces de poder está el embudo que hace que este país no pueda fluir hacia un sitio mejor.

Para decir basta hace falta la activación de muchas voluntades. La primera y la más difícil, la de los propios periodistas. Trabajadores sometidos al chantaje que supone tener que elegir entre llenar la nevera y hacer bien su trabajo. La segunda gran activación, y quizá la más importante, la tienen en la mano los consumidores de información. De ellos depende la dignificación de este oficio. De sus hábitos de consumo, de que hagan ruido en redes sociales cuando se les trate como a ganado. Una segunda voluntad también difícil de activar cuando el tablero de juego que se ha impuesto es el de una batalla ideológica en la que uno solo detectará las manipulaciones del bando de enfrente. Es un drama y necesitamos frenarlo. Ojalá llegue el día en el que, bajo la cabecera de los diarios, aparezcan los nombres de las empresas dueñas del medio y cuáles son sus sectores estratégicos de interés. Mientras eso no ocurra, seguiremos haciendo lo que podamos desde un lugar pequeño como este, que puede presumir que, bajo su cabecera, aparecen los nombres de quienes reciben esta carta. Gracias por estar ahí y recuerden siempre que tienen la obligación de señalarnos con el dedo índice si alguna vez nos desviamos.

Gerardo Tecé