

SERRANO, Pascual, 2010: *El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI*. Barcelona. Icaria, 142 páginas.

En la actual crisis que viven los medios de comunicación y la profesión periodística se hace necesario reflexionar sobre el papel que han jugado los medios a la hora de informar (o desinformar a la sociedad), sobre la función actual del periodismo, sobre las nuevas tecnologías y los hábitos de uso que se están implantando en los ciudadanos. Además, hay que llevar a cabo un análisis crítico sobre cómo han manejado los medios toda la información sobre la crisis económica: parece como si a muchos analistas financieros se les hubiera olvidado que los grandes medios de comunicación también forman parte de una macroestructura económica y financiera mundial. Sus accionistas, directa o indirectamente, son empresas de telecomunicación, grupos bancarios, aseguradoras o constructoras. Sectores que han estado muy relacionados con la responsabilidad de esta crisis económica.

En esta historia de reflexiones, críticas y propuestas el periodista Pascual Serrano que en 1996 fundó Rebelión, un periódico alternativo en la red, se detiene un momento en el frenético mundo informativo que nos rodea para analizar desde otra perspectiva los medios de comunicación y la eclosión de un periodismo alternativo que se está haciendo hueco, gracias a Internet, en la vida de muchos ciudadanos que han dejado de informarse a través de los clásicos canales de comunicación.

Tras abordar la crisis que están experimentando en la actualidad pilares fundamentales del periodismo como la credibilidad, la objetividad, la mediación, la información, la autoridad o la distribución. El autor propone una alternativa que permita hacer de esta crisis mediática toda una revolución comunicativa, lo que califica de “regeneración en el modelo comunicacional”. Una regeneración donde los nuevos modelos comunicacionales sean más participativos, democráticos y plurales.

Una de las consecuencias de la crisis que atraviesan los medios ha venido, tal como señala el propio autor, de la mano de una globalización económica neoliberal que ha provocado una excesiva concentración de medios; un monopolio informativo donde más que hablar de medios de comunicación estaríamos ante grandes grupos económicos y financieros que entre sus múltiples inversiones tienen parte de sus acciones en medios de comunicación. Esto se ha puesto de manifiesto en la actualidad ante la crisis económica que atravesamos, pero que se ha unido a la crisis estructural del sector que lleva años perdiendo su influencia como “cuarto poder” en aras de los grupos económicos.

Un círculo del que ni los propios periodistas pueden salir ya que el poder real lo tienen los dueños de estas grandes empresas que tienen libertad total para elegir a sus directivos y a los profesionales que van a desarrollar su trabajo. Esta misma libertad es utilizada por los propios directivos para despedir con total libertad e impunidad a cualquiera que se desvíe de la línea editorial, por tanto hablar de deontología profesional también para haber perdido sentido en esta nueva realidad informativa.

El libro, en su línea de propuestas alternativas dentro de la profesión, apuesta por la creación de un observatorio de medios de comunicación. Después de revisar la

historia de los observatorios y de los intentos frustrados que ha habido en esta área (véase el capítulo III del libro reseñado), Serrano señala cuáles deben ser las principales funciones a desempeñar dentro de este tipo de organizaciones (pp.49-50). De este modo, habla de analizar cuáles son los temas que se tratan en los medios, los protagonistas de las noticias, el lugar donde aparecen, el lenguaje utilizado, etc...Una vez que los observatorios hayan realizado todas estas funciones deben publicitar sus resultados y reflexiones a toda la ciudadanía para despertar el interés en los usuarios y ser más vinculantes.

Sin olvidar lo que ha supuesto Internet en todos los aspectos de la vida de los ciudadanos, el autor sigue haciendo hincapié en no olvidar los otros formatos comunitarios y más locales que frente a la explosión de las nuevas tecnologías parecen ocupar un papel menos destacado. En cierto modo, cuando el autor pone como ejemplo para ilustrar esta idea al gobierno de Venezuela (pp.71) está hablando de una brecha digital que se genera a veces por creer que todo el mundo accede a la Red y que están informados. Se trata de un error ya que no todo el mundo puede acceder a la información y es precisamente en este contexto donde se hace necesario, como propone el autor, otros medios alternativos. Un altavoz en lo local que pueda llegar a ser global. De otra forma, una gran parte de la ciudadanía se quedará atrás.

Eva HERRERO CURIEL
Universidad Carlos III de Madrid