

DISCURSO EN LA UNIVERIDAD REY JUAN CARLOS

Que alguien que pertenece al mundo de la comunicación y ha dedicado, como yo lo he hecho, toda su vida a la información, que ese alguien sea distinguido con el inmenso honor de una investidura honoris causa en este tiempo en el que múltiples amenazas e infinitas incertidumbres se ciernen sobre el fenómeno de la información y sobre el diagnóstico que merecen las sociedades supuestamente mejor informadas de la Historia de la Humanidad, es una buena ocasión para dibujar, con algunos trazos, la realidad que estamos viviendo los ciudadanos de las comunidades desarrolladas y democráticas.

Los propios ciudadanos han asumido un papel distinto al que siempre ocuparon en el ámbito de la información porque ahora se han convertido en emisores tanto o más que en receptores de esa información: porque tienen voz propia y quieren que esa voz se oiga. De hecho, es la voz múltiple, infinitamente multiplicada, de los individuos la que pugna con éxito por hacerse dominante en el mundo del intercambio de noticias.

De hecho, los usuarios han dejado masivamente de acudir a los medios tradicionales de comunicación para informarse y han pasado a crear sus propios ámbitos informativos y también sus propios contenidos. De tal manera que la información se ha fragmentado infinitamente y no solamente ha salido fuera del control de los medios sino que es capaz de producir múltiples universos paralelos en los que los individuos eligen qué quieren saber, cómo quieren que se les informe e incluso participan en la creación de esa información a la carta. Se están trazando así innumerables universos que son capaces de autoalimentarse sin necesidad de entrar en contacto con otros universos. De esta manera, los individuos se ratifican en sus posiciones, cada vez más reforzadas porque en su particular universo informativo no tienen cabida otras visiones del mundo o de un aspecto particular de la actualidad o de la vida ajeno al de su elección.

Y ese fenómeno es en mi opinión muy dañino para unas sociedades democráticas en las que el debate y la confrontación de ideas debe conducir necesariamente a alcanzar un territorio de consenso básico sobre el que seguir construyendo la vida y el futuro de esas sociedades.

Lo que se está generando con estos nuevos modos en los que se produce la comunicación es una acumulación de mundos ajenos entre sí, que se desconocen y que no sienten la necesidad de conocerse, de comunicarse.

Lo cual, en el fondo, los convierte en progresivamente intolerantes y también en progresivamente débiles

Las redes sociales han sido el soporte de un fenómeno, éste, que ya es imparable y que ha condicionado de manera determinante el funcionamiento y el comportamiento de los medios informativos del mundo desarrollado y democrático, de tal manera que esos medios -periódicos, revistas, cadenas de televisión o de radio- empezaron al comienzo del proceso a inclinarse por ver de qué se hablaba en las redes para terminar asumiendo, acto seguido, el contenido de esos debates. Ha sido una forma de no perder, o de intentar recuperar, las audiencias que se les escapaban de las manos con la inexorable cadencia con la que el agua resbala de un cesto.

Porque la realidad hoy día es que la mayoría de los consumidores de información no accede ya a ella directamente a través de los medios de comunicación tradicionales sino a través de las redes sociales. Por eso se ha convertido en un anacronismo el caso de los ya escasísimos periodistas que no tienen presencia alguna, presencia personal, no sólo a través de su medio, en las redes sociales. Y aún contado el caso de esos informadores que persisten en resistir apoyados exclusivamente en su pluma, en su crónica de radio o de televisión, ese caso de, digamos, autismo voluntario, no es tal porque el medio para el cual trabaja se habrá encargado por la cuenta que le tiene de subir a las redes el trabajo de su redactor rebelde.

En definitiva, el hecho es que, acuciados y presionados por una realidad inapelable y probablemente irreversible, los viejos medios de comunicación han rendido definitivamente la plaza.

Y que, salvo algunas excepciones de las que hablaré más tarde, son las plataformas tecnológicas quienes ocupan de manera imprescindible para la supervivencia de los medios el lugar que hace no tantos años era del dominio exclusivo de esos mismos medios.

Google, Facebook o Twitter son los nuevos cauces por los que circula, y circula gratis, la información que se produce con un alto coste económico en las redacciones, que pagan el trabajo de sus periodistas. Esa es una ecuación letal.

El futuro tecnológico en el que está ya metido de lleno el periodismo es todavía una incógnita. Lo que parece ya comprobado es que la población está ahora mismo permanentemente expuesta a un bombardeo de mensajes de todo tipo en el que se mezclan informaciones de tipo comercial, mensajes de entretenimiento y de aficiones con las informaciones puramente periodísticas.

Porque lo que ahora sucede es que las tornas han cambiado por completo y si antes era el ciudadano el que acudía en busca de la información y hacía un esfuerzo positivo por acceder a ella, ahora sucede justo lo contrario: que es la información la que busca al ciudadano y le abruma con toneladas y toneladas de mensajes elaborados específicamente para él, mensajes que se esfuerzan por captar su atención.

Porque si hace unos años, tantos como 10 o 12, los medios de comunicación no tenían un conocimiento muy preciso de a quien se dirigían, es decir, como eran y qué les gustaba a cada uno de sus lectores, ahora sucede todo lo contrario. Cada uno de nosotros es un tesoro de datos y de información que las empresas tecnológicas utilizan como un valor de cambio para dirigir con cada vez mayor precisión sus mensajes.

Mensajes que le llegan al usuario literalmente a la mano porque en nuestros días la información, sea este del tipo que sea, le llega a los ciudadanos en un porcentaje creciente a través de su teléfono móvil, la herramienta que les acompaña permanentemente durante todas las horas de su vida activa.

Este proceso imparable es el que determina el hecho de que, ya no sólo el periódico de papel ha pasado a formar parte de la prehistoria, sino que lleva el mismo camino el aparato de televisión –cada vez más el artefacto que usa el abuelo- y también el ordenador.

¿Cómo no entender que todos estos cambios brutales han tenido un impacto radical en la actividad informativa de los periodistas de todo el mundo? Expertos de los cinco continentes están de acuerdo en concluir que el sector de los medios de comunicación es uno de los que se va a ver más transformado, aún más de lo que ya lo ha sido, por estas nuevas tecnologías. Del mismo modo que lo está siendo la sanidad, la educación y el mundo de los negocios.

Y uno de los aspectos que ya ha cambiado el modo de transmitir las noticias es, precisamente el de la información para un público general. El conocimiento preciso e individualizado del destinatario está dando lugar a la personalización de la información, una tentación fácil para todo medio de comunicación que desee, porque es su obligación, fidelizar a su clientela ofreciéndole las noticias que le interesan a cada uno y ninguna otra que se aleje de su campo de interés o de afición: es decir, periodismo a la carta, que no hace sino reforzar la inclinación creciente de la ciudadanía de consumir y reaccionar, ahora se dice rebotar, ante aquellas informaciones sobre los asuntos que le son próximos o con los que está básicamente de acuerdo. A esto es a lo que se llaman burbujas, dentro de las cuales los individuos se sienten confortablemente instalados al precio, eso sí, de ignorar lo que ocurre en el resto del mundo y de mantener al individuo al margen de su inmediato presente. Y no digamos de prepararlo para afrontar el futuro.

Han sido las plataformas tecnológicas como Google, Facebook u otras quienes han hecho esto posible. Y los medios de comunicación tradicionales se han visto en la necesidad de seguir su senda y de incorporarse con armas y bagajes a su estela porque esa es ya la única vía para atraer a la audiencia a sus páginas web y mantenerla.

La veracidad de las noticias, el buen periodismo, se puede resentir inmediatamente de esta relación en la que importa más la extensión que ha alcanzado la noticia que su veracidad. Es decir que acabe primando contar a la gente lo que quiere saber que contarle lo que debe saber, esté ese asunto o no dentro del campo de sus intereses particulares. A lo que hay que añadir el hecho de que la mayor parte de los usuarios de estas plataformas -miles de millones en todo el mundo- desconocen que tanto Facebook como Google filtran el contenido de las noticias que distribuyen de acuerdo con esas fórmulas matemáticas llamadas algoritmos mediante los cuales se priorizan unas determinadas informaciones y se esconden o se marginan otras. Y ese desconocimiento por parte de los usuarios les convierte en definitivamente dependientes de las decisiones adoptadas en instancias superiores y ajenas por completo a su control.

Y esto es solo el comienzo de una revolución de la que apenas hemos entrevisto sus primeros compases. A las puertas de nuestras vidas está la Inteligencia Artificial con la llegada del sistema de voz, lo cual hará que con sólo preguntar a nuestros dispositivos móviles, una voz agradable nos informará de cuáles son las noticias del día que cada uno de nosotros debemos conocer y que, naturalmente serán diferentes para cada individuo. La decisión para seleccionarlas no será del usuario sino de los dispositivos de Inteligencia Artificial instalados en las plataformas tecnológicas. Dispositivos que están instalados en las casas y que lo estarán más en el futuro y que disponen, eso es un hecho absolutamente cierto ya, de una inmensa cantidad de información sobre el usuario al que sirven y del que, a su vez, se sirven.

Naturalmente, sería muy deseable que los ciudadanos fueran conscientes de las decisiones que están tomando, sobre ellos y sobre su capacidad de ser informados, los algoritmos y las personas que los elaboran, de modo que pudieran ser capaces de actuar sobre el resultado final que les llega, llave en mano, y poder así modificarlo. Pero, como ya he dicho, los usuarios no son ni remotamente conscientes de su propia realidad en lo que a información se refiere.

La tendencia y el riesgo es éste. Pero también es verdad que hay excepciones en medios, sobre todo en Estados Unidos, donde, como siempre ocurre, antes se han detectado los problemas, antes ha estallado las crisis, y antes se están buscando salidas equilibradas a una realidad que ha venido para quedarse y de la cual apenas estamos atisbado los primeros efectos.

Y una de las fórmulas que aplica la Radio Pública Nacional es insertar en sus contenidos para móviles un cuerpo fijo de las noticias que ese día los responsables de la redacción consideran importantes y de obligado conocimiento de sus usuarios. Para abrir a continuación a las preferencias de cada usuario las historias que se ajustan más a los intereses de cada uno. Pero al menos el equipo de redacción no abdica de una de sus obligaciones históricas, que se está debilitando cada vez más: decidir qué es lo que sus oyentes deben saber, lo que deben escuchar, les interese o no. Esa puede ser la única vía para recuperar la función social del periodismo, una profesión empujada por el torrente de la nuevas tecnologías a navegar guiada solo por el rumbo perentorio de la necesaria supervivencia económica del medio de que se trate.

Hay, naturalmente, contados ciudadanos que no han caído en la autosuficiencia sideral, y profundamente ignorante, que permite a la mayoría sentirse dueña absoluta de su propia realidad y del control de la información que maneja y que en cierto modo, contribuye a crear. Esos contados ciudadanos, un puñado de millones en el mundo desarrollado y democrático, optan por seguir reclamando de los periodistas que les suministren aquella información que, con arreglo a su mejor criterio profesional y a sus años de acreditada experiencia, merece la pena ser conocida, junto con los análisis que les permitan interpretarla.

Para eso pagan su suscripción a los servicios de un periódico. Pero esa es una minoría de gentes ilustradas y con criterio selectivo. No es ni mucho menos la realidad de la inmensa mayoría de los miles de millones de consumidores de información en todo el mundo.

Las plataformas tecnológicas han conquistado todo el campo y los medios han tenido que subirse a la balsa que les han proporcionado Google, Facebook y tantas otras, sin cuyo cobijo los medios estaban condenados a morir de inanición, por pura consunción natural. Cabe ahora preguntarse cual es, cual será el papel de las redacciones de periodistas en un futuro inmediato porque, en este escenario, se desdibuja hasta hacerla casi desaparecer, una premisa que ha sido hasta ahora esencial en el ejercicio del periodismo: la confianza en el emisor de la noticia, en definitiva, en el periodista que comunica algo.

En medio de este marasmo en el que la información seria, contrastada y responsable bracea contra la corriente que la arrastra y la sepulta entre incontables toneladas de todo tipo de informaciones del más variado pelaje sin autores conocidos y orígenes dudosos, unas veces ciertas, otras veces falsas, en el que esa noticia veraz y firmada apenas logra despuntar un instante entre un anuncio de un viaje al Caribe, una conversación entre amigos, unas fotos que se han hecho virales sobre algún personaje famoso, un rumor interesado, unas recetas de cocina y la sinopsis de la película favorita en los Oscars de Hollywood, hay que levantar la mano y pedir tiempo.

Pedir tiempo para decir que la acción de los periodistas, los seres humanos que se dedican a hacer información, y que responden con su nombre y su prestigio de las noticias que publican, no pueden dejar de ser un componente esencial en el desarrollo saludable de las sociedades democráticas. Y es ése control de la veracidad el que no se puede de ninguna manera perder porque, de otro modo, la libertad de los ciudadanos libres naufragará definitivamente y será succionada por el remolino que ya gira a gran velocidad en torno a nosotros.

El riesgo es grande y la salida la desconozco. Pero la amenaza está sobre nuestras cabezas y con mayor dramatismo aún sobre las cabezas de las nuevas generaciones que han nacido y están creciendo ya dentro de ese magma devorador.

Sin embargo en este tiempo que vivimos, aún se mantiene incólume el principio según el cual sin una buena información, sin una sociedad verdaderamente bien informada, no habrá democracia que resista al tiempo.

Por eso, en medio de las turbulencia lo único seguro es intentar mantener el timón sin desviarse irremediablemente en pos del éxito rápido y ciego de audiencias inmediatas. Hay que mantener la posición. Hay que cabalgar bien y con éxito esta ola porque de lo nadie en el mundo duda es de que sin un periodismo libre, honesto y veraz no habrá democracia que sobreviva.

Hay que seguir contando lo que el periodista crea honestamente que debe ser conocido por el gran público y esperar a que, cuando se haya despejado la niebla de esta arrolladora batalla tecnológica, los principios que han conformado el buen hacer periodístico se mantengan en pie, incólumes, activos y efectivos.

Esta es la formulación de una esperanza, la expresión vehemente de un deseo pero no es del todo, y bien que lo lamento, el enunciado de una certeza.