

Eres lo que lees

MIKEL AGIRREGABIRIA AGIRRE :: 28/11/2003

Circula por Internet un e-mail que ofrece una visión irónica de los lectores de prensa estadounidenses, en función del periódico que leen cotidianamente. Dice así: The Wall Street Journal es leído por la gente que dirige el país; The New York Times por la gente que piensa que dirige el país; The Washington Post, por la gente que piensa que ellos deberían dirigir el país; USA Today, por quienes piensan que ellos deberían dirigir el país, pero no entienden el Washington Post; Los Angeles Times es leído por la gente que no tendría problemas en dirigir el país, si tuviesen tiempo; Boston Globe, por aquellos cuyos padres acostumbraban dirigir el país; New York Daily News es leído por la gente que no está muy segura de quién está dirigiendo el país; New York Post, por la gente a la que no le importa quiénes están dirigiendo el país, en tanto hagan algo escandaloso; San Francisco Chronicle, es leído por la gente que no está segura de que haya un país o de que alguien esté dirigiéndolo; y Miami Herald, es leído por la gente que está dirigiendo otro país.

Cada diario, en cualquier parte del mundo, mantiene obviamente cruciales intereses comerciales y una ideología latente con palpitantes criterios políticos (sobre todo cuando sus editores lo niegan), todo ello adobado con un estilo comunicativo propio, fuertemente condicionado por su capacidad humana y tecnológica que deriva directamente de su tirada, de su respaldo financiero y de su conexión con el poder económico-político. El periódico es un espejo, donde la prensa transmite lo que cree que sus lectores quieren leer y los ciudadanos compran el periódico donde ven mejor reflejadas sus opiniones, de modo que lectores y medios se realimentan y fidelizan mutuamente. Aunque esto tiene sus excepciones, y Euskadi es un ejemplo. Concretamente en el grupo Vocento, (antes el Grupo Correo-ABC, no hace mucho el Correo Español), mantiene una extraña presencia prolongada ante una ciudadanía vasca con la que discrepa inflexiblemente en sus opciones sociológicas y políticas mayoritarias. Un caso único merecedor de un análisis que rebasa las posibilidades de este escrito, que sorprende con insólitas contradicciones mediáticas como destacar los fracasos que afectan a su sociedad lectora, al tiempo que relegar o minimizar sus éxitos: justamente lo opuesto a la habitual práctica periodística, donde normalmente los diarios exaltan y se enorgullecen de los triunfos colectivos y se solidarizan con las desgracias, procurando propagar optimismo y confianza entre sus lectores.

Podemos remedar el mensaje inicial con una traslación a nuestra sociedad donde ha abundado el modelo prototípico de comprador de periódico que se pasea con él debajo del brazo, con la cabecera al aire pregonando su ideología (EL PAIS, se llevó la palma en su mejor época "progre"). En todo caso, y en tono humorístico-costumbrista, podrían definirse con una subjetiva valoración el "(e)lectorado" de los principales periódicos ordenados según su difusión objetiva: EL PAIS, leído por gente que piensa que ellos deberían dirigir el país, que ya lo dirigieron y que ven que no lo dirigirán en mucho tiempo; MARCA, el periódico de los que nunca dirigirán ningún país, pero quizá sí algún equipo deportivo; EL MUNDO, leído por gente que les gustaba creer que siempre lograban cambiar a los que dirigían el país, hasta que ha decidido Pedro J. que con los de ahora le va muy bien; ABC, para nostálgicos

cuyos antepasados se acostumbraron a dirigir el país; LA RAZÓN, deletreado por quienes piensan que el país estuvo bien dirigido durante cuarenta años y que no entienden EL MUNDO; EXPANSIÓN, leído por la gente que seguramente dirige el país; DEIA y AVUI leídos por la gente que está dirigiendo otro país; GARA, para quienes quisieran poder votar para cogobernar algo; BERRIA, leído por los euskaldunes porque no disponen de más opciones; y terminado en una inmensa mayoría que no lee nada que no sea deportivo, rosa (PRONTO, HOLA,..) o inyectado por los medios de comunicación audiovisuales, potencialmente más manipuladores y que apelan emocionalmente a los radioyentes y telespectadores sometiéndolos con una dieta forzada de pocos argumentos y mucha bazofia.

Concluyendo: la lectura de libros y prensa es muy sana, preferentemente si se lee de todo, con equilibrio y reflexionado para obtener conclusiones propias ante la variedad de criterios y pluralidad de posiciones. El futuro apunta inexorablemente hacia un formato digital de comunicación (con modelos propios como ESTRELLA DIGITAL, o duales de prensa impresa y electrónica). Estos soportes interactivos permiten no sólo leer, sino comentar y colaborar a la ciudadanía del siglo XXI, que quiere participar directa y decisivamente en los asuntos públicos. Muy pronto se resolverá la paradoja de Zenón, y veremos a los lectores sobrepasando como Ulises a la tortuga de la prensa.

Getxo (Bizkaia)

https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/eres-lo-que-lees