

Periodismo, ruido y conciencia global

[Cristina Manzano](#)



Una mujer fotografía la portada de la revista francesa 'Le Point' con la foto del presidente turco Recep Tayyip Erdogan. (Philippe Desmazes/AFP/Getty Images)

El poder de los medios se ve minado hoy por el cambio de modelo de negocio, las noticias falsas y la fragmentación, generada sobre todo por las redes sociales. En este contexto, ¿cómo pueden los medios construir y difundir narrativas globales?

Durante el siglo pasado, los gobiernos y los líderes políticos desempeñaron un papel fundamental en la construcción de consensos globales. Hoy, sin embargo, hay cada día más actores que tratan de hacerse oír. En este nuevo escenario está emergiendo una incipiente conciencia global en torno a algunos temas liderados por *campeones* de todo tipo, impulsada por la participación ciudadana que facilita la tecnología. Un nuevo papel para los medios puede ser identificar a dichos *campeones* y ayudar a hacer oír sus voces en medio del ruido circundante.

Ya era un *best-seller*, pero cuando el fundador de Facebook, Marc Zuckerberg, citó *El fin del poder*, de Moisés Naím, como uno de sus libros favoritos, la obra cobró relevancia mundial. Lo que Naím describe es cómo el poder en todos los ámbitos, desde la política a la empresa, desde las ideas a la religión, está cada día más fragmentado. Es más fácil que nunca alcanzarlo, pero también es igual de fácil perderlo. Y es un proceso que se acelera día a día.

Le está ocurriendo también a los medios. El que fuera un más que poderoso sector -la prensa, uno de los pilares de la democracia- está sometido a diversos terremotos simultáneos. Por una parte, el cambio de modelo de negocio impulsado por la crisis económica en general, la crisis de la publicidad en particular y el nacimiento de Internet, con su inmensidad de contenido

gratuito. Por otro lado, la creciente amenaza de las noticias falsas, gracias a la ingente capacidad que ofrece la tecnología digital para manipular imágenes, sonidos y vídeos, y nuestra nueva capacidad de compartir *hechos alternativos* a gran escala. Y es cierto que la manipulación y la distorsión no son en absoluto fenómenos nuevos. Pero la emergencia de un ejército de *trolls* y *bots*, capaces de difundir mentiras flagrantes a una audiencia mundial, así como la certera sospecha de que algunos gobiernos podrían estar detrás de ellos, han minado la confianza del público en los medios.

Pero hay un tercer elemento que está contribuyendo a la fragmentación del poder de los medios: las redes sociales. Los periódicos, las emisoras de radio y los canales de televisión fueron durante mucho tiempo los que fijaban la agenda. Lo que aparecía en sus portadas o las noticias que abrían sus programas determinaba a qué había que prestar atención. Hoy, cada vez más gente se informa por medio de un paisaje diseminado de redes sociales, sin ningún tipo de jerarquía que ordene la información. Este entorno actúa a menudo como cámaras de resonancia en las que las opiniones y las preferencias se ven ratificadas, raramente confrontadas.

En una reciente encuesta del *think tank* estadounidense Pew Research Center en 38 países de todo el mundo, una media del 42% afirmó que se informa por Internet al menos una vez al día. En general, una media global del 35% lo hace diariamente a través de las redes sociales. Una tendencia similar se recoge en el Latinobarómetro, el principal estudio regional sobre América Latina. A medida que las fuentes de información tradicionales, ya sean formales -medios- o informales -amigos- disminuyen su influencia, las redes sociales ven cómo aumenta la suya.

En este nuevo entorno, la construcción y difusión de narrativas globales es cada vez más difícil. De hecho, nunca ha sido fácil. Las audiencias de todo el mundo declaran que siguen de cerca las noticias locales y nacionales (como registra también la mencionada encuesta del Pew Research Center), pero no tanto las noticias internacionales. La cosa se complica por la falta de medios globales o regionales.

El idioma puede, en parte, estar detrás de esta realidad. El éxito de CNN se basó en que pudo alcanzar una audiencia amplia –y bastante elitista- en inglés, con una visión totalmente occidental del mundo. Más tarde, Al Jazeera o RT, entre otros, nacieron para ofrecer otras perspectivas y agendas, en otros idiomas, a otras audiencias. Sin embargo, más que canalizar una colaboración global, estas redes parecen estar contribuyendo a aumentar la polarización y la fragmentación. Las acusaciones a RT, calificada como un arma de desinformación del Kremlin, o los ataques recibidos por Al Jazeera en medio de la batalla de las potencias regionales en Oriente Medio son solo dos ejemplos.

Los gobiernos y los políticos tuvieron un papel fundamental en la creación de un consenso global en el siglo XX. Así fue con el nacimiento de Naciones Unidas y, a escala regional, de la Unión Europea, después de la dramática experiencia de la Segunda Guerra Mundial. Fue el caso asimismo de los diversos intentos de promover la cooperación y la integración entre los países de África, de América Latina y, más tarde, de Asia, con la unión de 10 países asiáticos, en torno a ASEAN.



Hoy, sin embargo, cualquier intento de construir una narrativa global ligada a la construcción -o reconstrucción- de las estructuras de la gobernanza global debe enfrentarse a la coexistencia de una multiplicidad de actores –líderes políticos, activistas y ONG, corporaciones y expertos-. Todos ellos tratando de hacerse oír. Además, la mera referencia a la necesidad de mecanismos globales es recibida a menudo con oposición y con sospecha. Esta dispersión aumenta la dificultad de articular narrativas globales que calen en la opinión pública, al tiempo que los medios deben adaptarse a un nuevo entorno tecnológico, económico y cultural.

Sin embargo, si la fragmentación de los medios plantea desafíos a las narrativas globales, también ofrece nuevas oportunidades. Gracias a las posibilidades de la tecnología, están

emergiendo iniciativas más ligadas a los ciudadanos. Y más democráticas, también. El resultado es una incipiente conciencia global en torno a algunos temas –no tanto en cuanto a instituciones u organizaciones- liderada por *campeones* de muy diversos tipos.

Uno de los ejemplos más representativos es, sin duda, el de las Marchas de las Mujeres, que surgieron como oposición al presidente de Estados Unidos Donald Trump. El día después de su toma de posesión, el movimiento llevó a más de 6 millones de personas a las calles de 34 países de todo el mundo para defender la igualdad de género, los derechos y el empoderamiento de las mujeres. Y mucho más importante: desde entonces se ha renovado y relanzado el debate global sobre igualdad de género. Es difícil imaginar el movimiento #MeToo, y su poderoso impacto, sin el clima creado por las marchas. Un clima que fue a su vez recogido, circulado y amplificado por los medios de comunicación de todo el mundo.

También estos siguen siendo un actor principal a la hora de poner un determinado tema en el foco de la atención global, como demostraron los casos de los Papeles de Panamá y los Papeles del Paraíso. Una red global de periodistas y de grupos mediáticos unieron fuerzas de un modo único para abordar un acuciante desafío: el blanqueo de dinero y la corrupción que va ligada a él.

Nuevas plataformas como Change.org o Avaaz han sido fundamentales a la hora de la movilización colectiva en torno a algunos temas urgentes. Avaaz, por ejemplo, afirma haber movilizado a más de 1,5 millones de personas de todo el mundo para reclamar el Acuerdo de París sobre Cambio Climático, cuando las expectativas de alcanzar un resultado significativo eran muy pobres. Más recientemente, han logrado influir también para que la Unión Europea prohíba el uso de pesticidas neonicotinoides, que están causando la desaparición de las abejas, con el consiguiente riesgo para toda la cadena alimentaria. La comunidad activista está ampliando ahora su campaña con la vista puesta en Estados Unidos y Canadá.

En otro terreno, en Europa, a pesar de la apatía tradicional de los ciudadanos hacia el proyecto europeo, miles de jóvenes salieron a las calles para apoyar un futuro común basado en un conjunto de valores, coordinados por el movimiento Pulso de Europa (Pulse of Europe).

En este escenario donde los individuos, los movimientos y las organizaciones de la sociedad civil se convierten en *campeones* de la acción colectiva, una de las tareas más acuciantes de los medios puede ser identificar dichos campeones, y ayudarles a consolidar su trabajo en medio del ruido reinante. Después de todo, servir de filtro, de vigilante y de diseminador del cambio social ha sido tradicionalmente una de las funciones de los medios. Una función que es ahora más necesaria que nunca.

Este artículo es una versión editada del publicado en el informe [Watchdog for the future. The journalist as pioneer of a new global narrative](#), de la Global Challenges Foundation.

Fecha de creación

18 junio, 2018