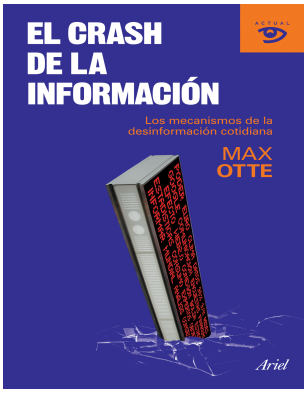
¿Crisis económica o informativa?

POR **DAVID FELIPE ARRANZ**



El crash de la información
Max Otte
Barcelona: Ariel, 2010, 348 p.
ISBN: 978-84-344-6923-5

Para el director del Instituto de Desarrollo Patrimonial de Colonia y profeta del *crash* del sistema financiero con la publicación de *Der Crash kommt* (2006), está claro que la crisis financiera de 2001 fue en realidad una crisis de la información. Frente al sintagma Sociedad de la Información, Otte levanta su pancarta crítica y la agita para aventar las mansas aguas de las conciencias adormecidas: vivimos en una economía de la desinformación.

Para el autor, «en nuestra sociedad hay demasiadas fuerzas muy interesadas en convertir la información en desinformación». Este lúcido análisis parte de una analogía metafórica con el poema de Christian Schubart *La trucha*: mientras el arroyuelo en el que nadaba la trucha se mantuvo limpio, ningún pescador fue capaz de atraparla; sin embargo, hubo uno que enturbió el agua donde nadaba y consiguió hacerse con ella. Schubart disfrazó de moraleja burguesa para jovencitas lo que en realidad era un panfleto lírico contra la autoridad política.

Entre las estrategias de la desinformación se encuentran la de desfigurar, aportar datos falsos, minimizar las circunstancias agravantes con mensajes positivos ‘pero inanes’, desorientar al receptor deliberadamente, soliviantar, aturdir, exagerar, etc. «Los poderosos dirigentes de las grandes empresas, la política y los grupos de interés forman una casta cada vez más dominante y cada vez más amurallada, que deja en la estacada a los ciudadanos», afirma, en relación a la lección del 15 de septiembre de 2008, cuando el cuarto banco de inversión por cifra de negocios de Wall Street, Lehman Brothers, presentó su declaración de insolvencia, la bancarrota más inesperada e impensable que hizo tambalearse todo el sistema financiero

Fundación Telefónica
Telefónica

mundial. Ninguno -ni los mayores y 'mejor' informados expertos en economía ni inversores- fue capaz de comprender las técnicas desinformativas de enmascaramiento que desplegaron los bancos y los especuladores durante mucho tiempo: una red de opacidad, confusión, contradicción y datos financieros inconexos tan tupida que aún hoy nadie ha sido capaz de desentrañar.

La verdad tras la imprevisible hidra internacional de las finanzas

La relación entre los productos financieros era tan oculta que escapaba incluso a las autoridades estatales más competentes. Lo paradójico del caso es que las consecuencias políticas de la crisis financiera son, para Otte, 'mínimas'. Más desconcertante aún resulta el hecho de que la cuestión política se haya centrado en el pago de bonificaciones a los directivos, sin replantear el sistema.

Aunque algunos analistas, como Dirk Müller, achaquen este desbarajuste a una 'hidra internacional del poder y las finanzas', empeñados en teorías de la conspiración, Otte localiza la cabeza de sus miembros, milmillonarios que se enriquecen a expensas de los más débiles gracias a que son los mejor informados y se encuentran a salvo de las consecuencias de sus propias acciones manipuladoras y especuladoras, además de que las leyes estén configuradas de tal forma que terminan por protegerlos. Las precipitadas inversiones en hipotecas *subprime* de algunos bancos que de pronto pierden su valor en bolsa o las inyecciones financieras del Estado para mantener con vida algunas entidades con fuertes vinculaciones políticas plantean un panorama desolador en plena era de la sobreinformación y la velocidad con la que suben y caen en picado 'valores de moda', títulos exóticos y fondos de alto riesgo.

El problema, según Otte, radica precisamente en el consenso tácito existente entre los grandes agentes de hacer el mundo financiero lo más ininteligible posible. Si los gobiernos vigilaran los negocios arriesgados de los departamentos de 'derivados' de los bancos o certificaran los mercados de fondos de inversión y seguros de vida con reglas estrictas, nada de esto hubiese ocurrido. «¿Por qué lo que es válido para los pepinillos, las bolsas de papel, los analgésicos y los juguetes, no puede servir también para los fondos de inversión y los seguros de vida?», se pregunta de forma retórica Otte, para el que la Sociedad de la Desinformación se mueve en virtud de tres fuerzas motrices que nos privan de un sistema de referencia válido: en primer lugar, los intereses de los principales agentes económicos en la desinformación, después la imprevisión e impotencia de los políticos y, por último, el debilitamiento de los medios de comunicación y del periodismo.

Con respecto a este último vector, el mediático, Otte considera que, lejos del debate y el intercambio de ideas para bien de la comunidad, los medios de comunicación han abandonado el antiguo método de contrastar como mínimo dos fuentes independientes por otro más pragmático: gana quien publica antes la noticia. Es decir, que merced a este sistema informativo sensacionalista, los medios están provocando información sin contrastar, dejando en un ambiguo anonimato a la fuente: 'En medios bien informados se dice…', 'un allegado asegura…' o 'un estrecho colaborador afirma…', envolviendo el rumor en una retórica que trata de darle apariencia de información veraz. Los tiempos de investigación, por lo tanto, se han visto acortados por un nuevo modelo de negocio mediático basado en la celeridad y en la

Fundación Telefónica
Telefónica

alimentación del suministro que aportan las agencias de 'noticias'. El amarillismo que antes caracterizaba al periodismo de sucesos o de sociedad, ahora se ha contagiado a la prensa económica, hasta el punto que las noticias de la bolsa se parecen cada vez más a las de la crónica negra. Los dossieres empresariales que emiten los gabinetes de prensa guardan un gran parecido con las páginas de periodismo de corazón.

Cuando el 'cuarto poder' se convierte en aliado de la desinformación

El problema reside, para Otte, en que la generación de los nacidos a partir de 1980 se informa cada vez más por Internet, lo que provoca un movimiento informativo de bola de nieve que arrastra la verdad envuelta con la mentira. La mayoría son gratuitos, con la consiguiente reducción de plantilla y la necesidad de alimentarse de noticias provenientes de notas de prensa de empresas e instituciones gubernamentales, que configuran a su vez el amable discurso de la cosmética empresarial. Políticos y empresarios son los primeros, en opinión del autor, en mantener este sistema de la desinformación: de ahí que de 'cuarto poder' el periodismo se haya convertido en el mejor aliado de la intoxicación informativa. Opinantes pagados en plataformas *on line*, periodistas que responden a intereses espurios, ajenos al afán informativo o comentaristas tendenciosos que obedecen a sus pagadores pueblan el universo mediático y desconciertan a la opinión pública con su ruido.

A este revuelto ha de añadírsele la falsa publicidad de los bancos, la codicia de los directivos, un cambio de valores a gran escala, lo que al autor le hace preguntarse por el imperativo categórico de Immanuel Kant: «Obra siempre ateniéndote a reglas que puedas desear que se conviertan en leyes universales». Esta máxima ha venido a sustituirse por otra más pragmática, proveniente del sistema jurídico anglosajón y su *Case Law* (el tribunal decide en cada caso y ese dictamen sienta jurisprudencia), que es precisamente el que interesa mantener a agentes económicos y políticos de todo el mundo para mantener sus propias normas y proteger sus intereses.

Por otro lado, la abrumadora oferta de mercancías viene avalada por toda una parafernalia de informaciones falsas: la omnipresencia de productos prácticamente idénticos en los grandes almacenes, lejos de indicar lo bien que funciona el libre mercado, fomenta el instinto gregario del usuario-consumidor, que termina por hacer lo que hacen todos los demás. Apoyados por campañas masivas y almacenamientos ingentes de artículos, los fabricantes pagan un extra por la situación física de su producto en una franja más apetecible: pagan una cuota añadida por una visibilidad en un mundo superpoblado donde los árboles no dejan ver el bosque. Incluso, para que el consumidor termine por adquirir el producto, hay marcas que fabrican el mismo artículo bajo nombres distintos. Lo mismo ocurre con el exceso de información: la Sociedad de la Desinformación aparentemente suministra noticias objetivas, pero lo hace en tal cantidad que ningún receptor es capaz de procesarla e incorporarla para mejorar su vida personal. Surge entonces la figura del lector-reportero, que bajo la pujanza de Internet, la Web 2.0 y el emblema 'todos pueden colaborar' amenaza con el desmantelamiento -a decir del autor- de los medios tradicionales.

El silencio como precio del libre mercado

Fundación Telefónica
Telefónica

Otte llama la atención especialmente y con ejemplos concretos sobre el hecho de que a la vez que la Red de redes se desarrollaba conectando e informando a todos los habitantes del planeta, las empresas financieras fueron contrarrestando esa objetividad inicial con desinformación. El sector de la alimentación, las tarifas de la energía eléctrica o incluso los expendedores de información como los buscadores de Internet funcionan con reglas que le son desconocidas al usuario porque al cliente no se le cuentan los detalles. En este sentido, el silencio sobre el verdadero precio es una característica intrínseca del sistema. Tan solo se salvan de esta actitud colaboracionista las opiniones vertidas en los medios de comunicación como el Premio Nobel Joseph Stiglitz y Paul Krugman, que sí avisaron de la tormenta que se avecinaba con la práctica desenfrenada del hipercapitalismo global.

Sin duda, el magnífico ensayo de Otte ayudará al lector a leer entre líneas las páginas de información económica y política, si es que, debido a la velocidad con la que transcurre su cotidianidad, ha perdido este necesario y saludable hábito. Si la recuperación de las empresas y de las instituciones financieras ha sido tan rápida, después de la abismal crisis que ha azotado los grandes núcleos económicos del mundo desarrollado… cabría preguntarse cuánto tiempo va a transcurrir hasta que nos veamos envueltos en otra alarmante vorágine económico-informativa como la que hace un año hemos padecido. Queda aún lejos la tercera vía, en la que el Estado debía ejercer su responsabilidad para proteger al ciudadano en un mercado verdaderamente libre. Pero esa es ya otra historia.

Fundación Telefónica
Telefónica