

La prensa en el ciclo institucional



De forma paralela al intenso ciclo social y político, los últimos años han sido testigos de una profusa producción textual, desde géneros y formatos de todo tipo, en torno a los procesos políticos de diverso tipo que han marcado el periodo, a sus diversas fases, momentos críticos, altibajos y problemas: testimonios personales, libros de entrevistas y conversaciones, volúmenes colectivos, artículos académicos, cartas abiertas y, por supuesto, un sinfín de debates en prensa, en redes sociales y en formatos audiovisuales. Respecto a este último caso, y sin la intención de ser exhaustivos (sería algo realmente difícil, dado el número y variedad de intervenciones) cabe hacer sin embargo algunas consideraciones. Entre las numerosas herencias, consecuencias y efectos derivados del 15M, una de las más significativas (y, creemos, menos analizadas) ha sido la transformación del panorama mediático y periodístico en España.

El objetivo de esta sección no es, como decíamos, ser exhaustivo. Pero si tal vez invitar a una reflexión colectiva que profundice en las consecuencias ideológicas y culturales a largo plazo de lo que podría denominarse como la emergencia de una cierta "esfera pública del cambio" o, si la expresión "del cambio" (por no hablar de las implicaciones habermasianas del concepto de 'esfera pública') resulta ciertamente un tanto pomposa y vaga, la de una ampliación de la presencia mediática de todo un espacio político antes relegado a los papeles de lo "alternativo" o lo "crítico". Ahora ese espacio cuenta con un pequeño universo de órganos de opinión, de mayor

o menor alcance. Y —conviene notar— estos órganos no solo existen a un nivel estatal (lo que, en sentido práctico, resulta sinónimo de “publicado desde Madrid”) sino que cuenta con numerosas contrapartes en muchos lugares. En qué medida esas diferentes partes se sienten como realidades aisladas, o bien como integrantes de una constelación, sería otra discusión. Pero precisamente el objetivo de un escrito como éste sea, tal vez, el de potenciar ese sentimiento de constelación.

Para ayudar a tal reflexión, proponemos apenas unas coordenadas básicas de acuerdo a dos ejes. El primero es un eje, si no literalmente geográfico o espacial (aunque acabamos de aludir precisamente a las implicaciones socio-políticas de la ubicación geográfica de los medios) si al menos topográfico, en el sentido de localizar cuáles son los medios que compondrían esa “esfera pública del cambio”, ese correlato mediático de lo que ha sido el ciclo 15M y sus derivaciones institucionales.

El segundo eje sería el temporal, es decir, qué momentos de ese ciclo han suscitado una mayor densidad de debates e intervenciones en tales medios y que, por tanto, nos hablan de la existencia de un espacio, difuso e inarticulado si se quiere, pero dotado de algunos contornos identificables. Ese *timeline* es relativamente fácil de dibujar siguiendo los diferentes momentos y fases experimentados por Podemos y las confluencias municipalistas. Primero una fase inicial, con las discusiones previas a la formación de Podemos y de la hipótesis municipalista (otoño 2013), el lanzamiento de Podemos (enero-febrero 2014), la campaña para las elecciones europeas, con la disyuntiva entre Podemos y Red Ciudadana-Partido X (marzo-mayo 2014), debates en torno al proceso de fundación formal de Podemos y “Vistalegre 1” (otoño 2014), lanzamiento de las confluencias y campaña electoral municipal (enero-mayo 2015). A partir de mayo de 2015 aparecen varias líneas. Por un lado, los debates y polémicas alrededor de la labor de las confluencias ya gobernando en varias ciudades; en este sentido destacan los debates en Madrid, por ejemplo, sobre la Operación Chamartín o sobre las relaciones entre el consistorio y el centro social La Ingobernable. Por otro lado, la vida interna de Podemos, con diversos episodios que desembocarán en “Vistalegre 2”, en donde se escenificará claramente la creciente divergencia entre “pablistas” y “errejonistas”, terminando más adelante con la aparición de Más Madrid (enero 2019) y posteriormente Más País (septiembre 2019). En este ciclo es preciso incluir, por supuesto, diversas reflexiones en torno a las posiciones que las diferentes fuerzas debían tomar al respecto de eventos y desarrollos de la actualidad: pactos postelectorales (tras las elecciones de diciembre 2015 y junio 2016), *Procés* y referéndum de independencia catalanes (otoño 2017) o moción de censura a Rajoy (junio 2018), entre otros.

Hagamos un breve barrido. A nivel estatal, los medios mas importantes son seguramente *publico.es* y *eldiario.es*. Este último es un medio surgido mucho antes del ciclo 15M y sus derivaciones institucionales. Su aparición como cabecera diaria de prensa estatal en papel en 2007 fue un saludable intento de cuestionar la hegemonía mediática a

la izquierda de El País. En cierto modo, en su fundación convergieron diversos anhelos o necesidades procedentes de diferentes lugares. Primero, una izquierda necesitada de algún tipo de presencia relativamente fuerte en el paisaje de la prensa diaria estatal. Segundo, el sector “zapaterista” del PSOE, que precisaba un apoyo mediático más estable que el de El País, todavía por entonces marcadamente “felipista”. Por último, la aparición de una serie de sensibilidades y modos de distribución y discusión de la información, posibilitados por Internet, que habían abierto espacios no totalmente asimilables a las cabeceras existentes. Eran los tiempos de la llamada “blogosfera” y buena parte del primer equipo directivo (empezando por su primer director, Ignacio Escolar) y de la nómina inicial de colaboradores de Público provenían precisamente de allí.

Tras su conversión en diario exclusivamente digital (en 2012) y tras la aparición de Podemos en 2014, Público se ha convertido —sobre todo a través de su portal audiovisual, Público TV— en un núcleo de emisión de discurso cercano a la dirección de Podemos. El programa de entrevistas de Pablo Iglesias, *Otra vuelta de tuerka*, o la peculiar interpretación del formato late night show de Juan Carlos Monedero, *En la frontera*, serían los ejemplos más conocidos, a los que habría que sumar otras emisiones como los debates *En clave tuerka*, *La Klau* (en catalán), *Deforme Semanal*, *El Tornillo*, o el popular programa humorístico de Facu Díaz y Miguel Maldonado *No te metas en política*. Además de la familia de programas de la Tuerka, que Iglesias y otros iniciarán poco antes del 15M y que sirvió de plataforma inicial para el joven profesor de ciencias políticas, el líder de Podemos ha dispuesto asimismo del espacio *Fort Apache*, realizado por su productora para HispanTV. A través de unos y otros espacios, Iglesias y el liderazgo de Podemos han dispuesto de unas inmejorables herramientas de producción de discurso, que invitan a hacer alguna reflexión. Por un lado, la cuestión acerca del rol de lo mediático en la construcción de Pablo Iglesias como figura de liderazgo, y del grupo promotor inicial de Podemos a la manera de un “comando mediático”, como los ha descrito alguna vez Juan Domingo Sánchez Estop. Por otro, cabe preguntarse —y no necesariamente como crítica, sino simplemente como una constatación que merece la pena explorar— por la efectividad de estos programas como herramienta de una difusa formación de cuadros, sobre todo si tenemos en cuenta la escasez de verdaderos espacios de formación en el partido morado. *Otra vuelta de tuerka* y *Fort Apache* habrían suplido en ocasiones la transmisión de líneas discursivas desde el liderazgo a las bases, desmediatizando a la vez que remediando la relación entre uno y otras. Una transmisión directa y vertical de la palabra del líder a las bases, el clásico “bajar línea” pero ahora en un giro posmoderno, sin mediación organizativa, a través del medio televisivo. Decir esto no es incompatible, sin embargo, con reconocer una evidente calidad en los programas como productos, así como reconocer que tal vez su misma existencia provee de una suerte de insólita transparencia (hay quien podría decir que exhibicionismo) por la que los espectadores-seguidores pueden asistir, por así decir, al proceso de elaboración y de escucha de ideas del líder y de un selecto núcleo de colaboradores y asesores.

Como en todo momento de intensidad y creatividad social y política, el 15M y su larga estela darán lugar, entre sus muchos efectos y consecuencias, al surgimiento de nuevos medios de comunicación. *eldiario.es*, *La Marea* y —tal vez en menor medida— *Infolibre* surgen en ese momento post-15M, y además como consecuencia de la ya mencionada conversión de *Público* en medio digital. *eldiario.es* se convertirá pronto en el medio más conocido y leído de entre ellos. No puede decirse que, de ningún modo, *eldiario.es* sea una suerte de órgano oficial de un movimiento que, por lo demás con buen sentido, rechazaba toda representación y apropiación. Pero si es cierto que su eclosión muestra la aparición de un nuevo segmento de lectores (de corte joven, profesionales con estudios, urbanos) vinculado de un modo u otro con las preocupaciones del movimiento. A *eldiario.es* llegan, de la mano de Ignacio Escolar, un buen número de los colaboradores iniciales de *Público*, y posiblemente de entre ellos muchos de los menos ligados en su trayectoria a una izquierda más clásica, lo que tal vez explica en parte la inicial distancia del nuevo medio hacia Podemos en la campaña de las elecciones europeas de 2014, cuando la formación de Pablo Iglesias, por un lado, y la Red Ciudadana/Partido X, por otro, aparecían como las opciones “herederas” del 15M. Después de ese momento, y a lo largo de la consolidación de Podemos y de las confluencias municipalistas, *eldiario.es* ha funcionado como medio de referencia amplio y bastante omnicompreensivo de todo el llamado “espacio del cambio”.

La Marea, fundada en modelo de cooperativa por antiguos trabajadores de *Público*, por su periodicidad mensual y por su mayor dedicación a géneros como el reportaje, tal vez no ha funcionado como un medio tan pegado a la actualidad de los debates políticos o, al menos, no de forma tan intensa como otros medios. *InfoLibre*, por su parte, ha ofrecido regularmente análisis a cargo de su director Jesús Maraña o de firmas invitadas como Ignacio Sánchez Cuenca.

Dos medios interesantes han sido *CTXT* y *El Salto*. *CTXT*, fundado por periodistas procedentes de *El País*, como Miguel Mora o Soledad Gallego-Díaz, entre muchas otras personas, ha logrado construir un lugar de intervención plural, que abarca desde posiciones críticas internas al PSOE (como José Ángel Pérez Tapias) a diferentes sectores y personalidades de Podemos y más tarde Más Madrid-Más País (Jorge Lago, Clara Ramas San Miguel, o el propio Iñigo Errejón) y firmas vinculadas al municipalismo (Gerardo Pisarello), así como las intervenciones regulares de Nuria Alabao o de Emmanuel Rodríguez, que vendrían a representar posiciones críticas desde los movimientos sociales. Desde similares posiciones, *El Salto*, nacido de la confluencia del antiguo *Diagonal* con medios de ámbito territorial —en un valiente intento, precisamente, de adaptarse al nuevo paisaje social, político y cultural del post-15M— ha sido otra importantísima referencia para el análisis y discusión desde posiciones críticas en y alrededor de Podemos (con sectores y figuras cercanos a Anticapitalistas) o el municipalismo crítico de los encuentros MAC, con frecuentes artículos a cargo de Montserrat Galcerán, Pablo Carmona o Daniel Ripa.

Otro medio, *Cuarto Poder*, nacido antes del 15M, ha recogido frecuentemente intervenciones relacionadas con la vida interna de Podemos o con diferentes momentos políticos. Ejemplos de ello han sido las reflexiones de Santiago Alba Rico y Carlos Fernández Liria al hilo de los sucesivos “Vistalegres”, o los artículos de Manolo Monereo en torno a cuestiones estratégicas de Podemos, así como su polémico artículo con Julio Anguita y Héctor Illueca acerca del decreto Dignidad del gobierno Salvini en Italia, un texto que, si bien obviamente estaba centrado en la actualidad política italiana, vino a ofrecer un anclaje a posiciones interesadas en potenciar una dimensión nacional de la izquierda, dando lugar al debate en torno al llamado “rojipardismo”. En *Cuarto Poder* han publicado regularmente figuras como Jorge Moruno, Rodrigo Amirola, Sergio Pascual o Jose Angel Pérez Tapias.

A todos estos medios de ámbito estatal hay que sumar numerosas publicaciones en diferentes territorios como *Crític* en Cataluña, *Atlántica XXII* en Asturias —recientemente desaparecida, aunque parte de su redacción ha fundado *Nortes*, situado en la órbita de *El Salto*— o *Arainfo* en Aragón, por mencionar tan sólo algunos casos. Por otro lado, y aunque nos centramos sobre todo en una infraestructura de medios claramente posicionados dentro del espacio que Podemos y los municipalismos habrían venido a representar políticamente, la interacción con medios más tradicionales o *mainstream* también ha jugado un papel e influencia. Ejemplo de ello son las columnas e intervenciones de Enric Juliana o Pedro Vallín desde *La Vanguardia*, o los artículos de opinión de José Luis Villacañas en el diario *Levante*. Por último —y esto daría para una elaboración larguísima— estaría el papel de la televisión, sobre todo el formato tertulia, de programas como *La Sexta Noche* o *Al Rojo Vivo*, o el rol de un programa como *Salvados* a la hora de apuntar temas en la agenda política, pero baste con consignarlos aquí, ya que, por otro lado, en estos casos se trataría de espacios mediáticos ciertamente importantes, pero no vinculados “orgánicamente” con las fuerzas que han protagonizado el ciclo del llamado “asalto institucional”, y dirigidos más bien a un gran público, y no al debate interno al espacio político que venimos describiendo.

Para terminar con este mapa, es preciso mencionar algunas publicaciones y espacios abiertos desde las propias formaciones políticas. Desde Podemos, la revista *La Circular*, el Instituto 25M, o la Universidad de Verano han generado numerosos materiales, intervenciones y debates. Desde el municipalismo, la Escola del Comú ha celebrado varios encuentros y materiales audiovisuales. Además, desde Barcelona en Comú se lanzó la red internacional *Fearless Cities*, que celebró un primer encuentro en Barcelona en junio de 2017, que sería replicado después, a escala regional, en varias ciudades del mundo como Varsovia, Bruselas, Valparaíso o Nueva York. Aquel primer encuentro generó un utilísimo volumen colectivo, publicado por la editorial Icaria, concebido a la manera de una guía municipalista global, y que ha sido recientemente traducido al inglés. Por otra parte, los encuentros MAC (Municipalismo, Autogobierno y Contrapoder) a lo largo de sus cuatro ediciones (en Málaga, Pamplona, A Coruña y Madrid) han agrupado debates

de los sectores críticos del municipalismo. Desde una posición independiente a partidos y formaciones, los cursos de Nociones Comunes, el programa de autoformación adscrito a la editorial y librería Traficantes de Sueños, ha servido a menudo como espacio de debate entre diversas posiciones. De una forma similar, *Viento Sur*, vinculada a Anticapitalistas, ha ofrecido sus páginas y eventos a frecuentes intervenciones respecto a debates estratégicos.

Con las debidas cautelas, puesto que como hemos dicho estamos tratando apenas de describir unos parámetros muy generales, terminemos con tres últimas consideraciones para el debate. En primer lugar, y como es evidente al leer la lista de nombres propios, ha habido un claro predominio masculino en los sucesivos debates. Las razones son largas de explicar, pero tal vez merezca la pena reflexionar acerca de los motivos por los que los debates de carácter estratégico y organizativo tienden a ser protagonizados por hombres, a la vez que en los últimos años el feminismo se ha convertido en el movimiento social protagonista en España. Así, hemos podido asistir al desarrollo de dos líneas discursivas en paralelo. Por un lado, las vicisitudes del “espacio del cambio”, mayoritariamente protagonizadas y comentadas por hombres y, por otro, el desarrollo del feminismo y sus debates internos, modulaciones y convocatorias, obviamente protagonizadas por mujeres. No ha habido, tal vez, abundancia de intervenciones interesadas en cruzar ambas líneas, aunque pueden mencionarse los textos de Clara Serra o de Nuria Alabao entre las excepciones. Sin duda, las dinámicas internas de partido, que han perpetuado lógicas competitivas patriarcales (empezando por los posicionamientos en corrientes que reciben su nombre del líder masculino) han sido un importante factor en la formulación de los debates de acuerdo a unos modos y no a otros. En este sentido, un debate importantísimo como el de la “feminización de la política” animado inicialmente desde Barcelona en Comú (a través de textos de Kate Shea Baird y Laura Roth) podría y debería ser profundizado en el futuro.

En segundo lugar, el peso de Madrid como centro de debate. De nuevo, por varias razones que no son sino la confirmación de inercias socio-históricas características de España: la radicación de la mayoría de los medios de comunicación en la capital; la construcción centralizada y centralista de Podemos desde esa ciudad; o el peso y protagonismo de los debates internos a la confluencia municipalista de Madrid, posiblemente motivadas —más allá de valoraciones de las diferentes posiciones existentes— por la presión de los enormes intereses económicos presentes en la capital.

En tercer y último lugar, sería interesante una reflexión colectiva (quizás con ayuda de estudios de campo de cualidad etnográfica) acerca del papel y efectos de las redes sociales en la gestación y vida de las formaciones políticas del “asalto institucional”. Esto es: no nos referimos a la indudable importancia a estas alturas de las redes sociales como espacios de transmisión de mensajes, como simplemente una nueva versión de la tradicional función de los medios de comunicación como “altavoz” de mensajes. Más

bien, se trata de ver el efecto de tales redes en la propia constitución de las formaciones, en su cualidad de espacio público o semipúblico que ofrece la oportunidad de debate a la vez interno y externo a la organización. Por supuesto, en el análisis de cada red sería necesario considerar sus diversos usos y características: Facebook, Twitter o Telegram estructuran ese espacio de lo público, lo semipúblico y lo privado, así como los afectos, afinidades y antagonismos, de maneras muy diferentes. Pero en líneas generales, cabrían algunas consideraciones. Primero, esos espacios en redes sociales a menudo han cumplido, para bien y/o para mal esa función de debate cuando en ocasiones faltaban espacios orgánicos delimitados para ejercer el disenso internamente. Segundo, por ese carácter semipúblico de las redes sociales, los debates en tales redes adquirirían cualidades interesantes. Por ejemplo, una mayor transparencia, que tenía sin embargo un correlato negativo cuando las discusiones adquirirían tonos más amargos y divisivos. Al mismo tiempo, ubicaban las discusiones en un espacio entre el adentro y el afuera de las organizaciones, dotando a esas discusiones de una cierta porosidad. Esta porosidad —a falta de un mejor término— es un aspecto a explorar y profundizar: en las nuevas formas de organización política, o de la forma-Partido si se quiere, aparece como un aspecto crucial la relación del aparato organizativo con su entorno social y cultural.

Y precisamente a esa misma cuestión del entorno querían contribuir estas páginas. Con victorias y derrotas, logros y fracasos, potencias y obstáculos, aparte de los ciclos electorales y sus altibajos, más allá de diferencias organizativas, tácticas, estratégicas e incluso ideológicas, una de las consecuencias del ciclo 15M y del posterior ciclo del “asalto institucional” ha sido la paulatina consolidación de un espacio que cuenta no solo con una representación política mayor o menor, sino también con cierta infraestructura de medios de comunicación y, por tanto, con una presencia social y cultural significativa. Lo que pueda ocurrir políticamente en los próximos años depende, en buena medida, de que entre tantas personas que participamos, apoyamos o criticamos estos proyectos políticos, y leemos y usamos estos medios, aprendamos a cuidar estos espacios políticos, periodísticos y culturales. Y de que aprendamos, en medio del debate y las diferencias de posiciones, a cuidarnos entre nosotrxs.

Vicente RUBIO-PUEYO

Fordham University, Estados Unidos

vrubio@fordham.edu