

GRUPS DE PRESSIÓ I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Antoni Castillo Esparcia

La que anomenem «Societat complexa» (o societat post-industrial) és una societat en la qual actuen dinàmiques contradictòries i a on es desenvolupen tendències ambivalents.

La tendència a la diferenciació funcional cada cop major porta, d'una banda, a l'enriquiment pluralístic de la vida social, però porta, per un altre cantó, a processos de fragmentació i de corporativització.

Aquesta complexitat creixent de la societat significa substancialment el creixement de la diferenciació social per subsistemes, que guanyen progressivament autonomia. Els subsistemes exerceixen entre ells pressions mútues, però cap d'ells pot representar l'interès general.

L'elevada arbitrarietat que produeix aquest procés troba un dels seus mecanismes fonamentals de reducció -imprescindible per altra part- en el fenomen de l'opinió pública, entenent aquesta en termes funcionals, com el lloc on es seleccionen i defineixen els temes comuns rellevants, que fan de reguladors de l'atenció i permeten, per sobre de tot, la comunicació entre els diversos subjectes (subsistemes socials). Així mateix, aquests temes rellevants apleguen les expectatives col·lectives cap a problemes que reclamen solucions.

En les societats complexes, els grans temes funcionen com a aglutinadors «transversals» de l'activitat de l'espectre polític. Els temes poden, segons el cas, unificar, dividir, agregar o segmentar les posicions polítiques i les aliances.

La rellevància dels valors simbòlics subratlla i justifica la importància del paper que juguen els mitjans de comunicació, que funcionen com aparells destinats a «fer evident», gràcies a la seva capacitat creixent de mediació i d'estructuració simbòlica.

En la mesura que els grups socials -minories actives, grups de pressió, etc.- són capaços d'entrar en la lògica de l'estructuració simbòlica dels mitjans, poden també introduir els seus propis temes en l'espai públic. Però ni els grups de pressió, ni els partits polítics, ni els mitjans de comunicació poden, en qualsevol cas, imposar temes arbitràriament, ja que la rellevància d'un problema, d'un esdeveniment és sempre el resultat de processos socials i està històricament institucionalitzada, és a dir, és resultat de la interacció entre els diferents subsistemes socials.

El paper dels mitjans de comunicació és fonamental per l'intercanvi d'informació i idees entre els governants i els governats. La informació dóna resposta a la necessitat de coneixement i aquest serveix per la formació i formulació d'opinions. Els mitjans són essencials per la formació de l'opinió pública de dues maneres:

- disseminen la informació permetent que els membres del públic es formin opinions
- transmeten a polítics i a altres una imatge de quina és l'opinió pública, donant així una força a aquesta que d'altra manera no tindria.

Els mitjans de comunicació són la principal connexió entre la realitat i l'audiència. Aquesta mediació simbòlica implica definir i construir la realitat, mitjançant la selecció d'unes qüestions que passen a ser temes socialment rellevants. La societat reconeix i legitima aquesta competència com a mitjans de mediació.

Els grups de pressió poden fer que uns temes apareguin o no al temari col·lectiu i que sigui necessari buscar solucions des del sistema polític, gràcies a la funció social dels mitjans de comunicació. Així tenim que els mitjans de comunicació de massa són un element fonamental dels grups de pressió.

La presència dels grups de pressió als centres de decisió és molt gran. Es calcula que hi ha tres mil grups a Brusel·les i vint mil a Washington. Com a reguladors estructurals del volum de demandes poden actuar de tres maneres: acció sobre el poder (parlamentaris, ministres, alts funcionaris...), acció sobre els partits polítics i acció sobre l'opinió pública.

Aquí estem interessats en l'acció sobre l'opinió pública perquè, al règim democràtic, influenciar sobre l'opinió pública és fer-ho indirectament sobre el poder. Tots els governants quan elaboren una decisió tenen present allò que creuen que pensa el públic. Tot poder ha de tenir en compte l'opinió pública i aquesta es manifesta diàriament, principalment, als mitjans de comunicació perquè tenen la competència i la legitimació per proposar i dir quins són els pensaments i opinions del públic.

Des de sempre s'ha pensat que per controlar el públic s'ha de controlar la informació. Aquest control informatiu dóna el poder de revelar o amagar, de comunicar unes parts i no altres, de reservar informacions fins al moment oportú, de predeterminar la interpretació del que es revela.

Els grups de pressió utilitzen els mitjans de comunicació per la consecució dels seus objectius. La influència en l'opinió pública és essencial en una societat en la qual es produeix l'assignació de recursos cada vegada més mitjançant els sondejos s'opinió, que són utilitzats com la manera de conèixer les demandes i aspiracions del públic.

Així, els grups de pressió utilitzaran els mitjans de comunicació de massa per poder atraure i dirigir l'atenció a problemes, solucions o gent, de manera que puguin afavorir a unes persones o temes i correlativament desviar l'atenció d'individus o grups rivals. Aquesta acció és indispensable per l'èxit de la influència que es vol exercir sobre el govern: presentar com normal i adequat l'interès general, els interessos grupals.

D'aquí que la mobilització de l'opinió pública sigui un instrument fonamental de pressió pels grups organitzats en la pretensió d'influir sobre el poder perquè adopti decisions favorables als membres d'aquest grup.

Les accions dels grups per poder entrar en la lògica productiva dels mitjans són moltes:

- enviar permanentment informació de gran qualitat que els mitjans no poden fer perquè no tenen mitjans econòmics per mobilitzar equips de periodistes o especialistes necessaris per analitzar i criticar qüestions rellevants
- política de portes obertes: visites a empreses, dinars de treball, utilització gratuïta de mitjans propis, etc.
- accés a bases de dades, assessories, etc.
- creació d'un home d'enllaç, al qual poder dirigir-se
- informació puntual sobre reunions amb organismes, institucions, etc.
- creació de seminaris, estades a empreses i seus totalment gratuïtes.

Totes aquestes accions han d'estar regulades i dirigides des dels gabinets de comunicació com a elements fonamentals per interrelacionar els grups de pressió i els mitjans de comunicació. Els gabinets s'encarregaran de les relacions públiques, del marketing, de la publicitat, etc.

No sempre aquesta relació és amigable. Els mitjans de comunicació s'han preocupat sempre d'aclarir que són independents del poder polític, però tenen una dependència màxima: l'econòmica.

Un aspecte molt important és el paper de la publicitat al compte de resultats dels mitjans. La publicitat -o les empreses que posen publicitat- pot utilitzar els mitjans informatius com mitjans de pressió sobre allò que ha de conèixer l'opinió pública i es converteix, per la seva aportació econòmica, en un factor de pressió sobre la informació.

Ben Bagdikian al seu llibre *El monopolio de los medios de difusión* diu que Air Canada el 1978 va notificar als gerents de publicitat dels diaris que retiraria els

seus anuncis si es publicaven notes sobre accidents d'avions seus i, també, si a dues pàgines abans o després dels seus anuncis apareixien notícies d'accidents o segrestos aeris de qualsevol companyia.

Una altra manera de controlar la informació dels mitjans de comunicació és participar directament a la gestió d'aquests. Ser presents a l'accionariat dels mitjans permet regular quina mena d'informació es dona. Els grans poders financers i econòmics tenen els diners per poder introduir-se a la gestió empresarial dels mitjans de comunicació de massa.

Només falta tornar a assenyalar que els mitjans de comunicació són un instrument fonamental dels grups de pressió per influir indirectament sobre el poder mitjançant l'opinió pública. Gràcies a la funció del sistema comunicatiu, reconeguda i legitimada socialment, d'individual i tematitzar públicament les qüestions i els problemes que reclamen solucions, els grups de pressió poden dirigir l'atenció sobre uns determinats temes i crear estats d'opinió favorables als seus interessos. Però, també poden amagar qüestions negatives per ells.