

Ambiciones y nuevas posturas de la prensa marroquí frente a los poderes políticos y económicos

JAMAL EDDINE NAJI

Este artículo es un exhaustivo estudio que analiza desde una perspectiva histórica, política y sociológica el desarrollo de la prensa en Marruecos en las últimas dos décadas. En este trabajo se explica cómo el periodismo, que dependía totalmente de la agenda política, la monarquía y los partidos políticos, en los años 90 logró liberarse a través de las iniciativas llevadas a cabo por periodistas independientes que, de esta forma, han contribuido a cambiar el panorama mediático del país. El autor considera que tras este cambio, la prensa marroquí está llamada a desarrollarse tanto a nivel formativo como profesional para consolidarse como una prensa libre y democrática.

Palabras Clave: Marruecos, Monarquía, Partidos políticos, Prensa orgánica, Prensa independiente

L'article présente une étude exhaustive qui, dans une optique historique, politique et sociologique, procède à l'analyse de la presse au Maroc, durant les dernières décennies. Il signale que la presse était totalement assujettie à l'agenda politique, à la monarchie et aux partis politiques, avant de réussir, pendant les années quatre vingt dix, à s'affranchir de cette mainmise, grâce aux initiatives de journalistes indépendants qui ont changé le panorama journalistique du pays. L'auteur pense que, suite à ce changement, la presse marocaine est appelée à se développer aux niveaux de formation et du professionnalisme, pour devenir une presse démocratique et libre.

Mots Clefs : Maroc, Monarchie, Partis politiques, Presse partisane, Presse indépendante

Para poder considerar a la prensa como el cuarto poder del estado, junto al legislativo, el judicial y el ejecutivo, es necesario que ésta se desarrolle en un contexto democrático consolidado.

Este principio induce al análisis de una evolución o de una supuesta progresión de este “poder” a través de la interpelación del campo político, pero con unas competencias bien delimitadas tanto del campo mediático como del contexto democrático –campos de actividades libres e independientes por excelencia- que tienen una dinámica de evolución intrínseca, propia de las prácticas y estrategias de los protagonistas de este sector.

En este caso, la evolución de la configuración de un campo comunicacional está principalmente determinada por sus actores y por sus prácticas más que por la prestación, necesariamente presente y substancialmente influyente, de lo político.

Durante los últimos 20 años, la evolución que ha experimentado el escenario mediático marroquí, demuestra una progresión en el panorama de la profesión periodística de este país que confirma, más que nunca, que su campo mediático, tanto en la prensa escrita como en el campo del audiovisual, es orgánicamente dependiente de la evolución de lo político. Sin embargo, cabe decir que esta situación es una constante en los países con una democracia débil como sucede en el resto de países del mundo árabe, con alguna excepción como es el caso, relativo, del Líbano, o los países africanos posteriores a la Conferencia de La Baule (el África de las “Conferencias nacionales”)

Además, la prensa en Marruecos siempre ha sido una iniciativa del poder político. Desde su aparición, poco después de la primera mitad del Siglo XIX y, sobre todo, desde la Conferencia de Algeciras de 1906, las potencias coloniales, primero desde Ceuta y Tánger y luego desde Casablanca, utilizaron la prensa para apoyar sus objetivos expansionistas. Un ejemplo de esta situación lo constituye el periódico La Vigie Marocaine fundado en 1908 y que volvió a aparecer en 2005 bajo el nombre de Maroc Soir con una tirada de 80.000 ejemplares.

Por consiguiente, era inevitable que los marroquíes se amparasen en este “arma política” para llevar a cabo su lucha contra la ocupación (a partir de los años 30 desde Tánger y, sobre todo, desde Tetuán, y, desde los años 40, desde Rabat y Casablanca).

Esta dependencia de la prensa de la agenda política –tanto por parte de los colonos como por

parte de los autóctonos – va a perdurar “normalmente” en el Marruecos independiente durante más de treinta años de feroz lucha política e ideológica entre la monarquía y los partidos de la oposición que pertenecían al movimiento nacional de la independencia.

El resultado de este panorama mediático, ya se conoce: una prensa orgánica innegablemente hegemónica en el plano político e ideológico frente a una prensa oficial u oficiosa, moribunda y sin credibilidad, que la monarquía dirigía junto a sus aliados tradicionales o junto a sus adeptos ocasionales que eran partidos creados por el ministerio del interior.

Paralelamente también existía un control total de la monarquía y de sus portavoces del sector audiovisual (para el rey Hassan II, que gobernaba directamente al pueblo, los referéndums tenían prácticamente la misma importancia, por no decir la misma carga de legitimidad política, que sus discursos a la nación o sus prestaciones públicas radiofónicas o televisadas, ya fuesen programadas o improvisadas)¹.

Sin embargo, esta realidad específica del campo mediático marroquí (monopolio de los partidos de la prensa escrita frente al monopolio del Palacio sobre el sector audiovisual) parece haber sufrido una crucial transformación a comienzos de los años 90 cuando las iniciativas de la prensa privada se multiplicaban. Antes de este momento se había producido la desaparición forzosa (por prohibición o por otras presiones provenientes del Poder) de las pocas tribunas que no controlaban ni los partidos tradicionales de la oposición ni el Palacio (entre los que destacan Souffles, Lamalif, Intégral, Attaqafa Al Jadida, Kalima ...).

La larga gestación política de los años 80

La aparición de esta prensa escrita privada (denominada “independiente”) supuso un “momento crucial” que ha cambiado la realidad del sector mediático nacional e incluso, se está conformando como un nuevo estado de orden político.

Se sobreentiende por independiente la que está fuera del plano político de los dos grandes jugadores tradicionales en el quiosco marroquí, (los antiguos partidos de la oposición y el Palacio). En la actualidad esta nueva prensa está en el candelero y se presenta, y es presentada (sobre todo hacia el extranjero) como la referencia idónea para medir la apertura democrática reivindicada por el nuevo reino del régimen monárquico.

Con más de 620 publicaciones nacionales (cifra oficial), de los que 26 son diarios y cerca de 140 semanarios, el quiosco marroquí actual, podría, seguramente, pasar por “una de las manifestaciones más visibles de la extensión del campo de las libertades”. Sin embargo, esta nueva situación no puede concebirse como una fuerza encaminada a reivindicar una transformación visible y consecuente para alcanzar una democratización estructural del estado de la sociedad marroquí.

Es sabido, que la extensión del campo de una libertad o la emergencia, incluso la liberación, de un valor democrático, no valen por sí mismas, para conseguir el desarrollo y la evolución del resto de las libertades y valores característicos de un régimen democrático. La democracia es un edificio en el que cada una de sus plantas no se mantiene ni resiste a los avatares de las coyunturas y de

¹ El difunto Larbi Esskali (creador del telediario en francés de la RTM y de Samar primera tentativa televisiva por recuperar la memoria real del movimiento de resistencia, además de la colección histórica de ocho volúmenes del Mémorial du Maroc) contaba que pudo oír a Hassan II decirle a Oufkir, mientras Larbi esperaba la conexión con Radio Monte Carlo de la que era corresponsal permanente, para permitir al rey declarar en directo al mundo que estaba sano y salvo después del Golpe de Estado de Skhirat: “idónde están tus hombres, te dije hace mucho tiempo que tus hombres tenían que estar en el interior de la RTM!”. Para el rey, los agentes del Ministerio del Interior tenían que ser parte integrante (y discreta) del personal de la RTM, o inversamente... mucho antes de la intervención militar de 1971. También se cuenta que Hassan II tuvo una reacción similar con Driss Basri, sucesor de Oufkir, cuando este último osó apenas a murmurar a mediados de los años 80 (después de meter bajo su ministerio tentacular el Ministerio de la Información) la hipótesis de “aflojar” un poco el monopolio del Estado sobre la RTM, abriéndolo miserable o simbólicamente, a capitales privados: “ientonces cuando hayas vendido la RTM, ven también a vender el palacio de Rabat!”, parece ser que dijo el rey, dirigiéndose a su fiel guardián de Augias, (como Driss se definió a él mismo mientras vivió).

los obstáculos si no existe una dinámica que haga que la resistencia y el avance de cada parte dependa del resto.

Todo esto, pone de manifiesto que la conquista de la libertad de prensa no es necesariamente una prueba de democracia, más aún en ausencia de una justicia sana y de elecciones democráticas regulares, honestas, lealmente consecuentes y efectivas sobre las decisiones y la vida de la colectividad, de los gobernantes y de los gobernados. De hecho, en la realidad del régimen político marroquí, el fenómeno de inflación actual de títulos y publicaciones – sin precedentes en el quiosco – no transgrede la regla de la preeminencia histórica de las estrategias políticas sobre las estrategias de comunicación.

Y el movimiento de “avance” actual, que podemos datar de principios de los años 90, desvela una nueva situación política que, puede remontarse prácticamente a los años 80. Pero para confirmar esta hipótesis, necesitamos introducir una segunda característica del campo mediático nacional, después de la sumisión estructural de la prensa al poder político, a saber: la visión dualista del Palacio, principal actor político, que actúa en el sector de la prensa escrita en función de acciones emprendidas en el plano audiovisual, su principal y muypreciado instrumento de combate político dentro del campo de la comunicación². De modo que, para hacer una lectura de esta situación e interrogarse sobre el origen del aumento en el número de publicaciones y sobre la transformación en el plano de los contenidos, nos hace falta llevar a cabo, de forma paralela, una lectura de las intervenciones del principal actor y, digámoslo también, el principal líder del juego en este campo, el Palacio. Debe hacerse necesariamente una doble lectura que tenga como fondo el análisis de las prestaciones y decisiones puramente políticas emprendidas por Hassan II durante este periodo.

Engranemos antes de nada algunas de las principales iniciativas del monarca llevadas a cabo durante este periodo de gestación, en el plano político y mediático: el cambio de rumbo anunciado por el rey en 1981 sobre la cuestión del Sáhara y la amenaza de una gran confrontación con la oposición seguida del encarcelamiento del líder Bouabid; la inclusión del departamento de información y sus anexos (entre ellos la RTM) al poderoso y tentacular ministerio del interior (por diez años: 1985/1995); el tratado de la UMA; la operación de la Mezquita Hassan II (en la que la dimensión de “plebiscito político y mediático” no escapa a nadie); la creación, en 1990, del Consejo del Futuro y de la Juventud confiado a una figura de la oposición; la creación, también en 1990 del CCDH; la liberación de los presos políticos en 1991; la constitución de 1992 donde se encuentran reunidos, en el preámbulo, los Derechos Humanos “reconocidos como universales”; la ratificación oficial de las 118 recomendaciones del coloquio nacional de la información y de la comunicación (INFOCOM 1993); la amnistía de 1994; la primera ronda de negociaciones de la perspectiva de la alternancia; la autorización del PJD; la constitución de 1996 (con la introducción del bicameralismo); la cuasi autocrítica emitida públicamente por el Rey debido al riesgo de “parada cardíaca” de Marruecos anunciado por las instituciones financieras internacionales y el gobierno de la alternancia de marzo 1998.

En el campo de los medios de comunicación, recordaremos principalmente los cambios que conciernen al sector audiovisual: la “brecha”-controlada- en el monopolio de las ondas concedidas a Radio Méditerranée International “Medi1” (1980) (Radio franco-marroquí); la pretendida reforma, en 1984, de la televisión conocida como “la RTM bouge” (la Radio y Televisión marroquí se mueven); en 1985 se produce el nombramiento de gobernadores civiles para dirigir la RTM, bajo la tutela de su ministerio del interior; la ruptura del monopolio en 1989, a través de un montaje sutil de financiación privado adquirido por el poder, junto a otros, aliados extranjeros, de la segunda cadena de TV “2M Internacional”, antes de que el Estado lo recuperase en su totalidad; y claro está, la aprobación real de las reivindicaciones – entre las que hay algunas muy osadas- del “Infocom 93” (que concierne al conjunto de los medios y las formas de comunicación, cine y libros incluidos).

²“La oposición tiene a la prensa entonces, ¿qué le queda al rey para defenderse si puede hacerlo a través de la radio y la televisión?”. Se trata de una frase que se oía a menudo en los círculos cercanos a Palacio.

En cuanto al sector de la prensa escrita, limitémonos a las intervenciones, más o menos directas, del Poder para: autorizar la impresión de diarios extranjeros (particularmente Acharq Al Awssat de capital saudí); la prohibición de tribunas de gran influencia en el seno de la oposición (Lamalif, Kalima, ...); la utilización frecuente del secuestro como recurso en la prohibición y en los procesos de opinión en contra de la oposición (Anoual, Al Alam, Al Ittihad, ...); la consolidación financiera y humana del grupo Le Matin/Maroc Soir y la autorización de los “tabloides” conocidos como prensa amarilla³.

Y, finalmente, el apoyo directo de Palacio, o a través de su Ministerio del Interior y de Información, a ciertas iniciativas susceptible de convertirse en prensa partidista tradicional e implicando, según el caso, a capital nacional o extranjero. Este apoyo del Palacio podría ser una simple bendición, una tolerancia cordial o inteligente a tal o cual proyecto de publicación fuera del quiosco tradicional de los partidos. La suma de estos casos, muy dispares con respecto a este tema, terminó, a partir de 1990, por alimentar una transformación profunda en el quiosco histórico.

El crecimiento del Quiosco en los años 90

Citaremos a continuación las primeras tribunas de este movimiento que ocuparán el espacio de las publicaciones semanales: Maroc Hebdo (noviembre 1991 - en francés), L’Economiste (diciembre 1991 - en francés), La Vie économique (su creación se remonta a 1957 y fue reeditado en francés), La Nouvelle Tribune (1996 - en francés), “La Gazette du Maroc” (1997 - en francés), Le Journal (1997 que volverá a aparecer como Le Journal hebdomadaire en enero de 2001, después de que fuera prohibido en el 2000 - en francés), Assahifa (1998, al igual que Le Journal fue prohibido en el 2000 y reapareció en enero de 2001 como Assahifa Al Ousbouia - en árabe), Le Reporter (1998 - en francés). Igualmente, señalaremos el primer diario L’Indépendant (publicado por F. Ghissassi en 1996 en francés con un seminario en árabe Al Moustaqil Al Ousboui) que nace en este periodo previo al nuevo reinado que se inicia el 30 de julio de 1999 con la llegada de Mohamed VI al trono. Este diario constituye la primera publicación “intrusa” en el escenario mediático marroquí que estaba ocupado –y sigue estándolo - por la prensa de los partidos (tanto de izquierdas como de derechas) además de por la prensa cercana al régimen.

Casi dos años después, mientras comenzaba el gobierno de alternancia con la llegada de la oposición⁴, el ejemplo de este primer periódico independiente será seguido por otras publicaciones. Así, en 1998, nació con más éxito que el anterior, Al Ahdath Al Maghribia, y dos años más tarde, aparece otro diario, aún más próspero, del grupo l’Economiste, Assabah (2000). Para entonces, ya se había producido la muerte de Hassan II. Este monarca fue testigo de un cierto cambio en la trayectoria de la prensa escrita, puesto en marcha táctica y voluntariamente por él mismo, en previsión, como todo parece indicar hoy día, de las perspectivas de alternancia política que preparaba para su sucesión.

En este periodo anterior al 2000, la prensa orgánica no solo envejecía si no que agonizaba. Ejemplo de ello es la desaparición de dos diarios editados por el partido “Agrupación de los independientes”, Almitaq y Le Magreb, lanzados en 1977, la decadencia del periódico izquierdista Anoual

³ Entre 1990 y 1995, desconocidos del sector (N. Askir, M. Al Balkhi, A. Belghazi, M. Moumen, ...), además del antiguo caricaturista de L’Opinion, M. Filali, se convirtieron en grandes empresarios de esta prensa de tendencia amarillista con varios semanales que contenían, en su mayoría, nombres que usurpaban el término “político” (Assiassi): Al Mouatine Assiassi, Ach-Chahid Assiassi respectivamente El Político, El Ciudadano Político, El testigo Político, se construían básicamente a base de rumores y de mentiras.

⁴ Estaba constituido por una coalición formada por partidos de izquierda y el partido nacionalista Istiqlal dirigido por Abderahman Yousufi como primer ministro, que fue condenado en los años 60 a la pena capital e indultado por Hassan II.

del “Movimiento Acción Democrática Popular”, la irregularidad endémica del periódico Assiassa Al Jadida del Partido Socialista Democrático o el declive de la prensa de los partidos del Poder, especialmente de la prensa del movimiento derechista “Movimiento Popular”.

No obstante, de vez en cuando, este tipo de prensa fingía revivir o regenerarse, a través de débiles publicaciones creadas tras la aparición de nuevas formaciones políticas derivadas, en general, surgidas de escisiones en el seno de partidos de la izquierda como el PPS o el OADP. Como ejemplo de este tipo de periódicos, citaremos, aunque sin considerarlos de la misma categoría o naturaleza que los anteriores a la publicación Al Mounâtaf del FFD (1996), el Assiassa Al Jadida del PSD (Mayo de 1997), el Al Âmal Addimocrati de la OADP (Mayo de 1997) y el Al Asr del Partido Justicia Y Desarrollo (Noviembre de 1997).

Además, para terminar con esta explicación del panorama periodístico de los años 90, y con el fin de ilustrar la importancia de este movimiento sin la lectura del que no se puede entender la configuración política-mediática, recordaremos igualmente algunos periódicos de importancia en el plano político y orgánico marroquí.

Así citaremos, La Voix du centre del Partido Constitucional Democrático creado en 1998, y que posteriormente, en noviembre de 1995, pasó a ser Al Massira Ad Dimocrattia; Attarik del Partido Vanguardia (Marzo de 1989); Al Maghribi del Parti de l’Action (Marzo de 1986). Y remontándonos a la década de los 80, podemos señalar al Anidal Ad Dimocrati del Partido Nacional Democrático (PND) en 1984, el periódico Rissalat Al Oumma de la Unión Constitucional creado en 1983, y el Al Haraka del Movimiento Popular fundado en, en 1982.

En resumen, que estos nuevos portavoces de los partidos estén directamente integrados en la estrategia real, innegablemente ofensiva, o por lo menos voluntarista, en el sector de la prensa; o que algunas de estas publicaciones sean el resultado de otras voluntades ligadas, a un nivel u otro, al poder o a sus aliados, hace que el quiosco del 2000, es decir del nuevo reinado, siga determinado por las tendencias vigentes desde los años 90 en cuanto a su multiplicación y a su “desenclave” o su apertura en relación a su naturaleza partidista opositora y compleja de antaño.

Dicho de otro modo, el análisis del quiosco actual no sería consecuente ni pertinente, sin llevar a cabo antes una retrospectiva de la situación de la prensa marroquí durante las décadas de los 80 y los 90, periodo de incubación del “aderezo democrático” del quiosco actual. Ya que, los veinte años en cuestión, no han dejado de dar signos e incluso pruebas de los planes tácticos y estratégicos, adoptados por el rey Hassan II, que ha sido el político y el interventor principal en la configuración del nuevo escenario mediático nacional en sus dos sectores, el de la prensa escrita y, sobre todo, en el audiovisual.

En suma, la relectura propuesta aquí de este “movimiento” o “desarrollo” del quiosco nacional (fijado desde 1956 en una lógica de combate partidista entre el Palacio y su oposición histórica hasta justo después de la Marcha Verde en 1975, momento crucial de unanimidad nacional en torno a la Monarquía), consistiría en alinear las iniciativas, más o menos planificadas, emprendidas por Palacio en el campo mediático y que, por las intenciones políticas a las que sirven, demuestran una estrategia de acción en la materia.

Una estrategia que, en este caso, pretendía conseguir un consenso político con la oposición (fuerte por su prensa), la “paz social”, la alternancia y, más fundamentalmente, la renuncia de los oponentes a su sueño de cambio del régimen monárquico. Esta era la vigente durante la década de los 90 y que continúa en la actualidad.

Nuevas posturas de la prensa frente a lo político

Decir que la situación del quiosco de los años 80, y sobre todo de los años 90, demuestra un clima de apertura y extensión en las libertades públicas, es admitir, visto el contexto marroquí, la estrategia política del Palacio, este actor que ha dominado todas las iniciativas decisivas en el plano político durante todos estos años.

Empezando por la Marcha Verde de 1975, año que terminó con el asesinato dirigido/organizado, en plena calle, del destacado representante del principal diario de la época Al Moharir, el sindicalista Omar Benjelloum. Y es admitir, igualmente, que este movimiento de “auge” de la prensa,

determinado por la estrategia política del principal actor del país, está ligado a la evolución del campo político y, consecuente, al avance del campo mediático, ya que éste último está visceralmente ligado al primero.

Sin embargo, para identificar esta parte que corresponde a los medios de comunicación en la configuración de los campos políticos y comunicacionales del 2005, tenemos que suponer que la estrategia política (o las estrategias políticas de todos los actores con el Palacio a la cabeza) no ha cambiado de lógica ni de manera de actuar.

Ahora bien, ha habido un cambio de reinado, identificable, esencialmente, a través de gestos y decisiones del nuevo rey desde julio de 1999. Sin embargo, este cambio de reinado, en lo que nos concierne, no significa, a priori, una ruptura tajante con el movimiento de desarrollo mediático puesto en marcha desde los años 90. Dicha estrategia consistía en la ofensiva del Palacio para controlar la prensa de los partidos de la oposición, como consecuencia de la puesta en marcha de un objetivo específico derivado del objetivo político global del rey anterior: la alternancia consensual, es decir la llegada de la oposición al poder.

En lo que a esto se refiere, podemos decir, que, ciertamente, este “movimiento” mediático reflejaba y servía a un periodo de “transición” hacia ese objetivo político que iba a concluir en marzo del 98 con el gobierno del socialista Youssoufi. ¿Pero lo siguió siendo después de julio del 99?

Dicho de otro modo, ¿qué nueva tendencia, o inclinación, habría adquirido este movimiento desde entonces, debido al nuevo estado instaurado en la más alta cima del estamento político del país, el Trono, y que ha sido desde siempre el principal interventor en la configuración mediática del país, tanto en sus reglas de juego como en sus reajustes?

Antes de contestar a esta pregunta, subrayemos de nuevo que la “especificidad muy marroquí” que constituye la preeminencia de lo político sobre lo mediático, en el sentido de una sumisión del último al primero, permanece presente y activa. A partir del 2000 – y es nuestra respuesta a la cuestión relativa a los “nuevos equilibrios” – el campo mediático estará influenciado por las estrategias políticas en vez de por el canal partidista (histórico). Y cada vez lo estará más por la mediación ejercida por los holdings económicos, grupos financieros, industriales, patronales...

Este nuevo fenómeno va a abrir progresivamente el campo de los medios de comunicación escritos (y, según los proyectos presentados a la Alta Autoridad de la Comunicación Audiovisual (HACA), pronto afectará al sector audiovisual) a una nueva categoría de jugadores, desconocida o insignificante hasta ahora en Marruecos: los lobbys. Estos grupos de interés (político y económico), con sus prácticas, conocidas en todo el mundo e incluidas en las antiguas democracias, y que consisten en la utilización de tácticas opacas como el procedimiento del testafarro, la financiación oculta, la concentración empresarial y la propiedad cruzada de los medios de comunicación, la distracción en las posturas y los discursos, con lo que eso comporta como conflictos de intereses y manipulación de los que nadie se preocupa o se responsabiliza pasarán a controlar los medios de comunicación marroquíes.

En este tipo de “economía de la información”, un grupo petrolero, una cementera, un gran promotor inmobiliario, un armador de pesca, un importante terrateniente, un pariente rico o pudiente, o incluso un alto cargo del Estado, podrá tener en su haber, directa o indirectamente una red publicitaria, una emisora de radio, una cadena de televisión, una licencia de importación de papel, una escuela de formación de periodistas, o podrá dirigir una panoplia de medios de comunicación con la misma línea editorial.

Este fenómeno ha sido descrito (sobre todo en el artículo 19 de la International Federation of Journalists (FIJ)) por las consecuencias fatales que este modo de gestión suponen para el principio de independencia de los periodistas. Las artimañas y procedimientos corruptos son habituales para el que, de forma anónima, quiera defender sus intereses a través de los medios de comunicación. Se trata de una consecuencia directa de la liberalización de los medios, si lo comparamos con un régimen de prensa bloqueado y exclusivamente reservado a actores políticos como el que ha vivido Marruecos durante más de cuarenta años.

De hecho, parece que este fenómeno, inherente por lo tanto a un verdadero contexto de libertad de prensa, es una consecuencia inevitable que aparece en todos los campos mediáticos que atraviesan una “transición” entre un régimen represivo de la expresión pública, que concede la posi-

bilidad de usar los medios de comunicación exclusivamente al actor político, (lo que provocó la aparición en Marruecos de una prensa orgánica) y un régimen donde esta expresión se pone realmente (y no solamente en textos plagados de principios generosos) a disposición de cualquier individuo que quiera expresarse, ya sea partido político o no, tanto si es identificable como si no lo es.

Teniendo en cuenta todo lo dicho anteriormente, la evolución mediática de los años 90 no ha transgredido fundamentalmente la preeminencia secular de lo político sobre los medios de comunicación en Marruecos; pero, con el nuevo reinado instaurado en julio del 99, el panorama mediático marroquí va a acelerar su transformación hacia un desplazamiento de los “equilibrios”. Es decir, se va a producir un cambio de la lógica partidista de antaño, basada en el “casting” institucionalizado donde todos los actores (partidos y Palacio esencialmente) se reconocían entre ellos y usaban técnicas de combate (mediático) consensuadas, hacia una lógica de “juego de sombras” donde las referencias y las identidades llegan a ser difíciles de entender, tanto en los estilos como en las formas, tanto en los contenidos como en los soportes, que provocan que la competición y la confrontación (político-mediático) sea concebida como algo habitual, como una costumbre respetada, desde hace mucho tiempo, por los principales antagonistas de la escena política, los actores políticos institucionalizados.

La fuerte intrusión del poder económico

Antes de esta época, se hacían y se encargaban periódicos recurriendo al capital político, lo que suponía una lucha entre “legitimidades políticas” mostradas a cara descubierta, entre partidos, alianzas políticas, líderes sindicales o políticos, ministros,...

Hoy día, se recurre al capital económico que permite, a quien lo gestiona, mantener el anonimato, o sea, que, desde la sombra, se pueden obtener réditos políticos y financieros de la producción mediática a través de la adquisición de partes de empresas poco transparentes o de un uso desleal de los presupuestos publicitarios (para financiar su propio periódico, a algún protegido o para presionar a la competencia). Los procedimientos y las formas de ejecutarlo han cambiado de naturaleza y de espacio en la escena pública. Gracias a esta nueva situación, un gran anunciante puede llegar a ser el que, verdaderamente, condicione una prensa definida como “independiente” (anunciantes de detergente, de vehículos, de carburantes, de bebidas,...) ¿Qué significa la organización y la moral en el mercado publicitario? Nadie se compromete seriamente con nadie ni con ninguna causa concreta.

Durante estos años, ha habido un desembarco económico en las orillas del “viejo río tranquilo”, de la prensa nacional, una vez que, esta última, ha ido poco a poco sustrayéndose de los mecanismos del ayer como la censura y el discurso único del que se beneficiaban los actores políticos tradicionales, es decir los partidos y organizaciones de renombre. Pero no nos equivoquemos: el juego ha cambiado de reglas y de posturas, pero lo que está en juego continúa siendo lo mismo, una apuesta eminentemente política, tanto para los jugadores/actores de la anterior época (la de Hassan II), como para los nuevos llegados que deben más su reputación a sus fondos económicos que a sus logros políticos. Y este reto es una confrontación de orden político e ideológico que implica a todo el escenario político-mediático en una lucha de influencias, de intereses antagonistas entre uno y otro lobby y, finalmente, entre uno y otro proyecto de sociedad. No obstante, hay que recordar que con el panorama periodístico desmembrado y liberado actual (y la diversidad “catódica” que viene), se vuelve más complicado identificar los proyectos en juego, sus motivaciones y referencias.

En definitiva, actualmente tenemos la necesidad de analizar esta nueva dimensión que estructura nuestro campo mediático: “la economía de la información”. Esta dimensión no tenía prácticamente ninguna incidencia sobre el “juego político” que siempre ha sido la prensa en este país. La prensa orgánica fue llevada a hombros, y sostenida con fondos perdidos por los partidos y sus adversarios, el Palacio (es importante recordar el “donativo” real concedido por Hassan II a mitad de los años 80 – bajo el mandato del ex ministro del interior Driss Basri en el ministerio de Información- para financiar la prensa orgánica a través de sus partidos que formaban parte del go-

bierno. Este elemento que habrá que tenerlo en cuenta a la hora de analizar nuestra “economía de la información”).

Así pues, en tanto que mecanismo que ha conseguido su parte – decisiva en ciertos regímenes democráticos – en cuanto a la aparición o la evolución de una prensa, esta “economía de la información” no tenía, hasta hace poco, prácticamente ninguna incidencia notoria en la configuración y el avance de la prensa en nuestro país. Ahora bien, este mecanismo tiene el campo abierto, desde que la expresión mediática se ha liberado del largo reinado que la encerraba en las fortalezas políticas declaradas y legitimadas institucionalmente (Palacio y partidos políticos).

Es esta transformación hacia el peso del poder económico en la escena mediática, lo que estamos viviendo en la actualidad. Respecto a este tema, cabe decir que carecemos de un análisis de este nuevo mecanismo y de sus profundas incidencias sobre la configuración de nuestro campo mediático-político.

Para ser más claros, al igual que se reivindica en el plano político e institucional, también se tiene que reivindicar un “estado de derecho” en el plano de la economía de la información (y después, claro está, en el de la economía en general). El país debe aclarar sus elecciones y sus reglas de juego en esta “economía de la información” si quiere culminar este “intento” de prensa pluralista, y supuestamente independiente, en pro de medidas mejores y más sólidas, que contribuyan al proyecto social de la democracia. Utilizando como elemento clave la “transparencia”, esta misión deberá terminar necesariamente en una aclaración a tres niveles:

- Desde hace trece años, nadie ha vuelto a oír hablar de “un código de inversión que incite específicamente al sector de la prensa escrita, que fomente la especialización y la regionalización, y que ofrezca al mismo tiempo las condiciones necesarias para la creación de cooperativas de edición de prensa”. Este código solicitado por los participantes en el coloquio nacional de la información y de la comunicación celebrado en Rabat en marzo de 1993, debía dar la dimensión estratégica y estructural necesaria para el sector, así pues, más allá de una visión adherida a lo coyuntural y, necesariamente limitada en sus objetivos, se encuentra el caso del “contrato programado” firmado este año entre el Estado y la Federación de los editores de periódicos (FEJ) ⁶.
- En el plano profesional y sindical, campo que concierne a la vida interna de la empresa para, esencialmente, hacer transparente la dimensión económica y lo que esta transparencia supone en cuanto a informes reglamentados y respetuosos con el derecho y las legislaciones entre editores y periodistas.
- En el plano de la ética y de la deontología para gestionar mejor la independencia del periodista, los conflictos de intereses, la competencia desleal y todo tipo de conflictos de orden ético y deontológico, que conciernen a los periodistas, los editores o el público.

¿Quién financia a quién? ¿Quién publica qué? ¿Quién ayuda a quién (a través de publicidad indirecta)? ¿Quién apoya a quién (financiera y/o políticamente)? ¿Qué significa la transparencia de los capitales inyectados en el campo mediático? ¿Qué significan las reglas del mercado publicitario? ¿Cuáles son las prácticas de los distribuidores de prensa, proveedores e importadores de papel? ¿Quiénes son las partes o actores en esta o aquella sociedad anónima editora de prensa? ¿Cuáles son las “mesas de discusión” para el lanzamiento de un proyecto relacionado con los medios? ¿Quiénes son los miembros de los consejos de administración? Tantas preguntas simples y, sobretodo legítimas, pero que no servían para explicar las apuestas de la prensa de ayer. Pero que, hoy en día, son las preguntas clave para intentar explicar como la prensa es una “apuesta política”, en otros términos distintos a los que la definían en el pasado, bajo el reino de la censura, del Pa-

⁶ Esta reivindicación de un código de inversión iniciático estaba contenida en la 2ª recomendación de la 3ª Comisión del coloquio que se inclinaba sobre La empresa de comunicación, su entorno y su público. El objetivo era el de insistir en las “cooperativas de prensa” para promover la fórmula de “Sociedad de redactores”, fórmula, la menos mala en tanto que régimen, para animar una prensa realmente independiente de los poderes.

lacio hegemónico en el campo audiovisual, y del dominio de los partidos sobre la prensa escrita.

El retroceso de la prensa orgánica en beneficio de la prensa privada

La lógica ha cambiado, las posturas han cambiado, la escena ha cambiado, pero el cambio de reino político no ha tocado de forma contundente el final definitivo de las veleidades, vivaces o moribundas, de interpelar al régimen monárquico sobre su legitimidad y su propia existencia.

Esta apuesta “existencial” acecha todavía al panorama periodístico en Marruecos, a pesar de que su “aspecto democrático y moderno” pueda hacer pensar que sólo se preocupa de disfrutar al máximo de la reconquista de su libertad, o de agrandar todavía más el margen de las libertades públicas introducidas con el nuevo reino. De hecho, el movimiento de multiplicación de la prensa independiente, que empezó hace quince o veinte años en nuestro país, ha terminado por desequilibrar un almacén esencial del edificio político que el Palacio y su oposición política se han esforzado en construir, a base de rupturas, de enfrentamientos, de negociaciones, de consensos y concesiones. Este almacén es el multipartidismo como garantía de futuro para la evolución hacia un reino democrático.

No hay democracia sin partidos políticos. En Marruecos, los partidos políticos no han tenido vida pública y política si no es gracias, en gran parte, a sus grupos de prensa. Por ejemplo, el partido nacionalista Istiqlal tiene el periódico Al Alam (La bandera, diez mil ejemplares según datos de la OJD del 2007) y el partido Unión socialista tiene el periódico Alitihad Chtiraki (Unión Socialista, doce mil ejemplares, según datos de la OJD de 2009). Sin embargo, actualmente, los periódicos de los partidos han perdido importancia y el interés del público se dirige hacia la nueva prensa con tiradas altas y, sobre todo, por el impacto en el seno de la clase política y mediática, que esta prensa tiene a la hora de la toma de decisiones.

Ahora, interroguémonos sobre el hecho de si la prensa posterior al año 2000, con estos nuevos actores y estos nuevos equilibrios, que se esbozan entre las estrategias políticas, son la manifestación de un paso adelante en la democracia.

En un país tan democrático como los EEUU, la prensa no cesa estos días de hacer público su mea culpa, al reconocer que está cada vez más manipulada por los grupos de interés económico, por la industria petrolera, la industria del armamento y las multinacionales en general. Se trata de una situación que, allí, es inevitable dado que en la primera enmienda de su Constitución se establece que la libertad de expresión es sagrada. No obstante, cabe decir que la prensa americana es consciente de ello y continua, fortalecida por su profesionalidad y su ética, religiosamente convencida de su deber de informar sobre los gobiernos y de vigilarlos en beneficio del ciudadano elector americano, que es el verdadero poseedor de la legitimidad del régimen político instalado en Washington.

Este ejemplo, tenido por ilustre, junto al británico, es la prueba de que la esencia de los medios de comunicación en una democracia es la importancia de la incorporación de los periodistas y su vigilancia para combatir lo que les desvíe de su misión de tratar temas de interés público y de estar al servicio del ciudadano. Este elemento es importante para explicar porqué, a pesar de su poder, su libertad y profesionalidad, los medios de comunicación americanos no sustituyen a los partidos políticos para hacer o deshacer las administraciones. Dicho de otro modo, a pesar de todo, de todas las presiones, de todos los incentivos para que se sometan o se desvíen de su misión (entre ellos se encuentra el potente incentivo de “la economía de la información”), los medios de comunicación americanos (británicos, canadienses, suecos, daneses, alemanes, australianos, japoneses, españoles, franceses...) no renuncian a su postura de testigo, no cambian esta postura por la posibilidad de convertirse en figuras políticas o de reivindicar sus privilegios u honores. No sustituyen al lector ciudadano el intermediario de programas políticos controlado por los partidos. Sin duda aquí se encuentra la deformación de espejo a la que asistimos en nuestro país desde que el campo mediático se liberó del juego político y de la censura.

Si se alinea la estrategia ofensiva que el reino de Hassan II ejerció sobre la prensa orgánica, el retroceso de esta prensa (en los contenidos y las formas de sus soportes) y la falta de credibilidad de los partidos políticos y de toda la clase política y mediática a ojos del pueblo, acabaríamos por

entender por qué los ingredientes de la democracia ensalzada por el nuevo monarca Mohamed VI, (entre ellos la libertad de expresión, la multiplicación de los partidos y de las tribunas, la liberalización de las ondas, la ampliación de todas las libertades públicas) no han ayudado, a día de hoy, a que la prensa cumpla con su papel democrático (informar y proveer al público) y a que los partidos políticos cumplan con su papel de expresar los ideales políticos de la mayoría y de la minoría de los 30 millones de hombres y mujeres marroquíes.

Es esta desviación en el recorrido la que interpela a los medios de comunicación y al sector político para que actúen sobre los mecanismos, con el fin de hacerle saber a cada uno de estos actores de la democracia la postura y el papel que le corresponden, sin que se produzca una confusión de roles.

Al contrario de lo que ocurre en Marruecos, en otros países cercanos, sobre todo al sur del Sáhara, a menudo lo viven, con menos confianza en el futuro y menos paz en el presente.

Algunos países africanos, que fueron gobernados por un sólo partido o que vivieron bajo dictaduras militares, han dado rápidamente su primer paso hacia el multipartidismo democrático. Desgraciadamente, los partidos no estaban a la altura y, debido a la difícil situación heredada después de largos años con un único partido, no contaban con programas electorales elaborados. Estos países se encontraron con periódicos que desempeñaban el papel de las formaciones políticas. Periódicos que, después de la desaparición del diario del partido único o del dictador, se han ido sumergiendo en el espacio de la expresión pública y política transformándose en actores. Estos medios impresos, en países de Centro África y Costa de Marfil, en general, no fueron fundados solamente por demócratas sino también por partidos, grupos de presión e incluso por los torturadores del régimen dictatorial.

En el caso de Marruecos, esta situación no se da plenamente, pero sí parcialmente. Con un multipartidismo bien arraigado y una diversidad de cabeceras de prensa (envidiable para un gran número de vecinos árabes y del continente, a pesar de nuestra difícil coyuntura), Marruecos puede estar tranquilo en cuanto a la distinción de papeles entre partidos políticos y medios de comunicación, en su larga búsqueda de una democracia verdadera e implantada con solidez.

Sin embargo, la prensa actual cada vez más diversificada, parece ir encarnando el papel que desempeñaban y piensan seguir desempeñando los partidos políticos. Cabe constatar, en efecto, que la prensa que ha ido apareciendo a partir del 2000, en el revuelo del movimiento de apertura de los años noventa del que hemos hablado, toma cada vez más la iniciativa de preguntar, de debatir e incluso de actuar en acciones de orden puramente político.

Es cierto que esta expansión, candente, de la prensa hacia tierras, anteriormente exclusivas del partido político, proviene de su vigor y de su audacia en la que la apertura del campo político y de las libertades públicas, al menos las llevadas a cabo desde 1998.

El papel audaz de la prensa llamada “independiente” puede explicarse también a través del retroceso de los partidos políticos, sobre todo, de aquellos que han luchado durante décadas por la democracia y la libertad de expresión. En consecuencia, ya no resulta sorprendente el actual discurso acerca de la debilidad de los partidos, la necesidad de reformarlos y la necesaria puesta a punto de estas formaciones políticas.

El diagnóstico es largo y abrumador para el partido político marroquí (en el pasado fue el principal animador de la prensa). Esto se justifica por un liderazgo envejecido y paralizado, un programa arcaico, unas estructuras desecadas por el exceso de inercia, un oportunismo rastrero, un exceso de centralismo en la decisión... en resumen, por una falta de democracia interna.

Así pues, una parte de los cambios registrados en la prensa, se deben a la crisis de los partidos políticos. En concreto, a aquellos que estaban en la oposición en el pasado y que tanto han luchado por la libertad de expresión.

Pero por otro lado, la explicación debe buscarse también en la transformación de “la economía de la información”, que, como se ha dicho, ha revolucionado los datos en cuanto a la configuración del campo mediático nacional, particularmente en la relación orgánica e histórica que liga lo político a los discursos informativos o de la prensa en general.

La nueva postura crítica de la prensa

Es cierto que la tendencia a la crítica en los contenidos de la prensa actual puede sorprender, aunque esta postura es la que ha forjado la hegemonía y la influencia de la prensa de los partidos de la oposición durante décadas, a pesar de que esta crítica estaba codificada y siempre ha sufrido la presión de la censura.

Ahora, para explorar los contenidos “críticos” de la nueva prensa, empezaremos por retomar el hilo de los acontecimientos experimentados en el panorama periodístico. Es decir, analizaremos el movimiento de las nuevas apariciones, concretamente, a partir de la llegada de los antiguos partidos de la oposición al poder en 1998, lo que se conoce en Marruecos como “la alternancia consensual”.

La primera observación es que la mayoría, por no decir todas las nuevas tribunas, eran y son semanarios y revistas: *le Reporter* (1998), *Finances News* (1998), *Al Ousbouâ* (1998). *Tamazight* (enero de 1999), *Demain* (marzo 2000/prohibido en octubre de 2000), *Akhbar al ousbouâ* (mayo 2000), *Al jarida al maghribia* (octubre de 2000), *La vérité* (diciembre 2000), *Le journal hebdomadaire* (nace en enero de 2001 después de la prohibición de *Journal* en diciembre de 2000 y que fue publicado en 1998), *Assahifa al ousbouiya* (fundado en enero de 2001 después de la prohibición de *Assahifa* en diciembre de 2000), *Demain magazine* (creado en enero de 2001 y prohibido en mayo de 2003, tras la prohibición en octubre de 2000 de *Demain*, *Alayam*, en curso desde septiembre de 2001), *Tel quel* (octubre de 2001), *Al bidaoui* (2002). Esta nueva prensa, al parecer, anima junto al régimen al debate político en el seno de la clase política, mediática y la élite en general.

Es el conjunto de estos medios quien junto a otros semanarios (y los cuatro nuevos periódicos de este periodo, *Al Ahdath*, *Attajdid* (noviembre de 1999) y *Aujourd’hui le Maroc* (noviembre de 2001), alberga y repercute en lo que parece ser la actualidad política del país. ¿Sería excesivo decir que los viejos combatientes críticos, es decir, los periódicos de los partidos del “bloque democrático”, ya no se encargan de esta actualidad política? No es tan excesivo como podría parecer. Porque es innegable que tanto para los lectores marroquíes, como para los observadores extranjeros, son estos semanarios y, particularmente, los semanarios posteriores a la época del rey Hassan II (quitando algunas excepciones de semanarios que aparecieron entre principios y mediados de los años 90) los que muestran dos nuevas realidades en Marruecos: “la extensión del campo de las libertades” y “la postura crítica”, que da una nueva imagen del país y de los retos políticos del momento.

Uno de los datos que sostiene esta tendencia (sobre todo vista desde el extranjero) es el comportamiento torpe y nervioso, por no decir de pánico, que reflejan las autoridades marroquíes y la clase política en general a la hora de reaccionar a esta nueva prensa no partidista cuando aborda asuntos calificados de tabúes, como por ejemplo la monarquía.

Ahora bien, hagámonos la siguiente pregunta: los contenidos de esta prensa llamada “independiente”, calificada por unos de “excesivamente irreverente”, y por otros de “irresponsable”, e incluso “nihilista”, ¿son contenidos de lucha para la construcción de la democracia?. En otros términos, ¿se trata de contenidos donde domina generalmente la denuncia, caracterizados por el sensacionalismo y la falta de precisión? ¿O basados en lo aproximativo, e incluso en la perversidad del rumor y de la fabulación? ¿Se trata de contenidos políticamente rentables a largo plazo para la transformación democrática del Estado y de la sociedad? Es decir, ¿son beneficiosos para una democratización de todos los aspectos de la vida del pueblo marroquí?

Formulamos la pregunta de otra manera, ¿estos contenidos de prensa tienen un efecto e impacto similar a los que tiene la prensa de las democracias avanzadas? Teniendo en cuenta que la prensa en estas democracias refleja la opinión pública y está protegida por ella. Es decir, refleja la posición del ciudadano quien, por su adhesión a ella, la defiende y hace de ésta un poder, el 4º, capaz de influir en las urnas.

Si debemos hacernos estas preguntas, es porque en Marruecos, estamos en presencia de realidades muy singulares en relación a los contextos vividos por los medios de comunicación en otros países. En Francia, la elite tiene su periódico *Le Monde* o *Le Figaro*, mientras que el resto de los franceses

tienen France Soir o Sud-Ouest (la mayor tirada de Francia). En Gran Bretaña, la elite tiene el The Times y The Economist, mientras que el resto de los ciudadanos de este país tienen Dailies y el The Sun u otros tabloides. Tanto los franceses, como los ingleses leen su prensa en una sola lengua: la de Molière para los primeros y la de Shakespeare para los segundos. Sin embargo, ni la prensa francesa, ni la inglesa pueden ser calificadas de elitistas o de ser una prensa alejada de la mayoría de la población (sin tan siquiera tener en cuenta el argumento inapelable de la tasa de alfabetización y de escolarización de estas dos democracias seculares). ¿Qué ocurre en el caso de Marruecos?

La nueva ecuación: la prensa cara a la sociedad

En Marruecos, la prensa sólo llega a una franja pequeña de la población que se encuentra entre la minoría alfabetizada y escolarizada, con un cierto poder adquisitivo y que entiende el francés y el árabe clásico, dos lenguas extranjeras para la mayoría de los marroquíes⁷. En consecuencia ¿puede esta prensa reflejar la opinión pública? ¿Puede tratar de “crear” una opinión pública que influya en el “comportamiento político” del elector para conseguir su adhesión a valores democráticos tan importantes como la integridad, la independencia y la libertad de su propio voto de ciudadano garante de todos los poderes constitucionales?

Entonces, ¿a quién se dirige esta prensa cuya tirada se encuentra entre los 400.000 y los 500.000 ejemplares junto a la tirada de 40.000 del semanario más vendido? ¿a la opinión pública que cuenta con entre 12 y 14 millones de electores actualmente? Podemos constatar que la prensa marroquí no tiene la intención de llegar a los 30 millones de marroquíes o a los 15 millones de electores que tiene este país. Porque es consciente de sus debilidades y de aquellas carencias estructurales del país: analfabetismo, bilingüismo elitista, exigüidad del mercado publicitario, límites y fragilidad de los medios de distribución, bajo poder adquisitivo del ciudadano, etc. Así pues, la deducción es evidente: la prensa –elitista- sólo se dirige a la elite. Es decir, esencialmente, a la clase política. ¿Y por qué? ¿Por qué no busca ir más allá, imaginar nuevos medios y procedimientos (entre ellos el idioma o el soporte) para llevar su voz a los millones de electores marroquíes? ¡Al fin y al cabo, la libertad de expresión no puede ser reivindicada y ejercida únicamente a través del soporte escrito, también puede ser conquistada por un proyecto relacionado con la radio o la televisión!

La respuesta es igual de simple e innegable: esta prensa no tiene la intención de convertirse en una prensa mayoritaria, en una prensa “popular” (sin otra connotación que no sea la estadística). Se trata de una respuesta asombrosa, ¡seguro! porque significa que la prensa no busca, prioritariamente, “llegar” al ciudadano y obtener la credibilidad necesaria para su progreso y para mejorar su influencia/participación en el edificio inestable que constituye la opinión pública. Un periodista estadounidense, conferenciante, se asombraba hace algunos años de la actitud de los miembros del Sindicato Nacional de la Prensa Marroquí: ¡porque los periodistas marroquíes no se dan cuenta de que están haciendo una prensa “no democrática”, ya que está “alejada del pueblo” a causa de la lengua!

En esta realidad tan singular y que constituye el verdadero problema de los medios de comunicación en Marruecos, la prensa busca más bien conversar o “guerrear” con los gobernantes, con el objetivo de obtener concesiones, favores, ayudas, particiones e incluso garantías. ¿Nos encontramos ante una confusión de responsabilidades y de deberes? Seguramente, sí. Porque un elitismo de este tipo, garantizado de forma voluntaria, sólo puede traducirse en el contexto marroquí por la mutación que ha sufrido la prensa en cuanto a su naturaleza. Ésta, no sirve para sostener la voz del ciudadano (con lo que esto implica en su función de vigilante de los gobernantes y del interés general), y se ha convertido en aliado de la clase política, en una figura política más.

⁷ En Marruecos se habla el dialecto árabe y no la lengua árabe clásica que utiliza la prensa. Además, diferentes regiones hablan lenguas como el Amazigh (bereber). La prensa amazigh era inexistente hasta hace poco, pero ahora hay programas en la radio y la televisión con esta lengua, incluso el gobierno anunció una televisión con esta lengua, mientras que el desarrollo de la prensa escrita amazigh es muy lento.

Con la única salvedad de que no se trata de una verdadera “figura política” ya que no posee la capacidad de ser elegido en las urnas, ni tampoco puede ejercer un puesto efectivo dirigiendo el timón insustancial de lo político o de lo público, y aún menos, podrá tener en su haber una legitimidad real, que tan sólo su accesibilidad a la gran mayoría, puede forjarle a largo plazo, a través de una retroacción que habrían acumulado sus pruebas con el transcurso del tiempo (y excepcionalmente, durante las elecciones: momento clave en toda democracia para cualquier figura política o candidato).

Es en este sentido en el que podemos hablar de “error de casting”, de engaño en cuanto a las posiciones que ha de ocupar cada actor social. El periodista se ve a sí mismo como depositario del poder político, cuando en realidad no tiene ninguna legitimidad para ejercerlo ya que, y tal como se define a través de la democracia, el primer requisito para poder ostentarlo es haber sido elegido en las urnas⁸.

Observemos también como un periódico partidista, que se exhibe como portavoz oficial de un partido, es decir de un actor político, puede apelar a la legitimidad política de su formación, ya sea a través de sus cargos electos o de su posición como agrupación, para justificar su postura política a través de la prensa.

¿Pero un individuo?, ¿una decena o una veintena de ciudadanos que sólo pueden apoyarse en una habilidad u oficio, llamada “periodismo”? Un individuo no puede presentarse como “profeta”, y no son pocos en nuestra prensa nacional, los editorialistas o cronistas que juegan -inconscientemente en la mayoría de los casos, este papel inédito en el periodismo de la democracia, un régimen ensalzado por todos en Marruecos.

A través de su respeto a la distribución de papeles, sobre la base del derecho, de la ley y del interés de la mayoría y de las minorías, es decir, del “interés público”, la democracia sólo deja al periodista el papel –delicado, difícil, peligroso y también privilegiado- de estar informado de forma excepcional, para poder cumplir con su función esencial dentro de un sistema democrático, que no es otra que la de vigilar la salud del mismo. Esta función debe realizarla informando a los ciudadanos de lo que hacen los gobernantes a los que han elegido con su voto. Es decir, se trata de dar a conocer al pueblo la ejecución del programa que ha votado, con el objetivo de que sus intereses y elecciones (sus derechos y libertades) sean respetados y con el propósito de que sea consciente de las consecuencias de su voto en vista de próximas decisiones (entre ellas las citas electorales).

Lo que se desconoce del futuro de la prensa: el ciudadano

Pero, ¿cómo informar y equipar al ciudadano/elector para que cumpla plenamente su función de depositario final de la acción política correspondiente/delegada a los actores políticos electos? En la definición de periodismo, heredada de prácticas acumuladas en las democracias del este (como la india) y del oeste, podemos encontrar la respuesta a esta pregunta:

⁸ Grecia conoció este “error de casting”, un día después de la caída del régimen de los coroneles y el principio de su democratización: “desde los años 90, la sumisión de los medios al poder económico se añade a su muy antigua sumisión al poder político. En cuanto a la actividad periodística, sus transformaciones han sido múltiples y fluctuantes según la coyuntura histórica, según el órgano examinado o según la posición ocupada por el periodista en el seno del campo mediático. El rasgo más característico del medio periodístico griego hoy en día, es su imbricación con el mundo político, judicial, científico e intelectual a través de juego de pertenencia múltiple, bajo el efecto de distintas ambiciones, gracias a las pasarelas instaladas entre los diferentes sectores. Cada periodista se transforma en un actor autónomo, se siente dotado de una misión “catártica”, se convierte en un “corrector” de lo público en detrimento de las instancias legítimas. Debido a sus acciones, los periodistas se posicionan a la vez como mediadores y como actores en los sucesos. Ambas posturas asumidas simultáneamente contribuyen a conferir a los mejores situados entre ellos un status envidiable. El mediador se transforma en un modelo moral, cultural, social e incluso físico. Por la personalización extrema de su actividad, el periodista se transforma de este modo en un pensador público, el orador (maestro orador) de los suburbios. Durante mucho tiempo han sido tratados como parias en la sociedad política y atenazados por un deseo de notoriedad, los periodistas parecen buscar su revancha ante una clase política en decadencia”. Chalkia, Angélique. (1998): “Grèce : M*A*R*S au pays des Hellènes”, Revue Médias Pouvoirs, “Déontologie des médias, les exigences de la démocratie”, No 4, Nouvelle série, Paris. 3e trimestre.

En el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos se puede leer “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

- En el artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos civiles y políticos se expone: 1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones; 2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección; 3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para: Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás; La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral pública. En un acceso reglamentado y protegido por la ley a la información de interés público (a través de una ley de acceso a la información que se incluya en una legislación que protege la vida de los individuos y su intimidad confidencial).
- En el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos se puede leer “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”
- En una habilidad profesional adquirida a través de la formación y de la formación continua sobre las técnicas y las tecnologías de la información
- En un status de trabajador “intelectual” bastante privilegiado pero protegido, por ley, a todo sometimiento al orden económico o moral (salarios, derechos sociales, “cláusula de conciencia” y principio de independencia).
- En una organización sindical independiente que se movilice prioritariamente para la defensa y la promoción de estos derechos sindicales y sociales profesionales (formación continua, por ejemplo) y morales del periodismo (independencia de redacción, por ejemplo), sin sometimiento de la corporación a ningún poder externo.
- Y finalmente, en una adhesión voluntaria del conjunto de los periodistas a un referencial de normas y de valores de orden ético e ideológico, a un “código de conducta” profesional.

Cada una de estas condiciones sólo valen si se reúnen. Dicho de otro modo, no se puede incriminar a un periodista por la falta de información en un artículo crítico o de denuncia, si, al mismo tiempo, su campo de investigación (su único “banco” de trabajo) está bajo llave o bajo embargo. Es decir, si la información de interés público está prohibida o es inaccesible⁹. En la democracia, la prensa antes que el “4º poder” es una “institución de interés público”. Es una parte de éste, vela por él y lo sirve. Es por esto que, el legislador de la democracia, concede a los periodistas el privilegio de acceder a la información de interés público, que quiere decir, que tiene acceso a la información pertinente acerca de la “cocina interna” de los poderes públicos, alegando a la ley de acceso a la información. Ley que permitió a un periódico americano constatar que la prensa en la democracia americana es una “institución de interés público” y que, por esta razón, puede satisfacer la necesidad de información –delicada para los gobernantes- expresada por la población. Después de los atentados del 11 de septiembre, El New York Times entabló un proceso por el que consiguió, alegando a la ley sobre el acceso a la información, que se publicasen 15 horas de grabación de llamadas de auxilio de las víctimas, conversaciones entre las diferentes autoridades (policía, ayuntamiento, bomberos...) que se produjeron durante los atentados.

Si este estatus de “institución de interés público”, que algunos califican de 4º poder, es otorgada

⁹ Por ejemplo, hay ministerios que nunca emitieron comunicados de prensa o dieron declaraciones a los medios de comunicación.

a la prensa por el legislador, sólo queda que ésta se desvincule del poder político y se aproxime al ciudadano, (que es su principal acreedor, con quien se comunica en un mismo idioma, partiendo de los mismos valores democráticos que han sido votados por la mayoría de los ciudadanos y, sobretudo, le comunique la situación acerca de los asuntos concretos que le preocupan de su relación con sus cargos electos, sus gobernantes) a través de las prácticas y posturas que adopte todos los días.

Pero la diferencia estriba en el concepto del periodismo admitido en el reino democrático: la prensa revela más, o antes, que denuncia. Ya que denunciar puede considerarse como un posicionamiento de elección, de credo o de expresión de sí mismo. Mientras que revelar es “dar a conocer” (lo que era desconocido y secreto), desvelar, comunicar” (dixit Larousse).

Tarea documentada, de información, de investigación,... Sobre cuya base puede estibarse legítimamente la posición de denuncia (“Al fadh”, en árabe se sobreentiende que busca: material sensacionalista, lo opuesto a “kachf” e “ikhbar”). Denuncia sin información, es decir, sin substrato de “revelaciones”, no es lo que se espera de una prensa democrática que incube y fecunde la libertad de expresión para conseguir la credibilidad/legitimidad de la prensa como interventor de interés público, o sea como “4º poder”.

Es cierto, cada contexto democrático “edulcora”, según sus propios datos y retos, este papel correspondiente por derecho a la prensa. Pero sea cual sea el mandato “natural” o existencial siempre se mantiene el siguiente proceso: revelar información para poder comentar (aclarar, denunciar, acusar, incitar, influir...)¹⁰ .

De otro modo, en el caso de la tribuna política denunciar puede suponer caer en la demagogia y la mentira, una práctica frecuente entre los vendedores o en cualquier actividad relacionada con la propaganda. Por tanto, ¿qué relación tiene esta práctica con el intento de democratización de la profesión periodística que supuestamente se está llevando a cabo en Marruecos?

¿Además, cómo se pretende tener “la capacidad de reenviar al país (es decir, a la mayoría de la población) una representación de sí mismo y de los retos del momento” si la prensa es excesivamente elitista, está excesivamente alejada de esta mayoría y se encuentra muy poco consolidada para construir una denuncia a partir de una revelación, que sea sólida y consecuente, en el plano profesional, y ética en la medida en que se fundamente sobre el respeto a los valores democráticos (vida privada, interés general y respeto a la ley)?

Elecciones por tomar, un entorno que construir

Para juzgar la producción de los medios de comunicación, en un determinado contexto, debemos tener en cuenta este mandato “existencial” que es “revelar” (es decir, informar) para poder “aclarar” (es decir comentar con toda libertad). Pero, nos hace falta mirar también en qué medida un escenario mediático determinado ofrece las condiciones adecuadas para que los medios se hagan cargo de este poder.

Volvamos a los prismas a través de los que hemos podido reconstruir la crónica de la prensa actual, desde hace quince o veinte años. Para recapitular las condiciones básicas que han de darse en un campo mediático dinámico, influyente y participante en la formación de la opinión pública estableceremos los siguientes puntos:

- La primacía de la “regla de derecho” que suscribe la separación de poderes (legislativo, ejecutivo y judicial y si se admite de hecho, más que de derecho, incluso el “poder” mediático) en la vida pública, y particularmente, en las relaciones entre los ciudadanos y los poderes institucionales y constitucionales del reino democrático.

¹⁰ El New York Times ganó, por ley, contra la ciudad de Nueva York. Pero, paralelamente, la prensa americana en su conjunto debió tragarse la condena, por ley, de un periodista que insistió en hacer respetar de manera absoluta el sacrosanto principio de la libertad de prensa: la protección de las fuentes. Tanto en un caso como en el otro, se apeló al interés público y en ambos casos se utilizó una ley democrática. ¡He aquí el destino que debe asumir la prensa en un Estado de derecho y de democracia!

- La adecuación del dispositivo legislativo y reglamentario del país para garantizar un mejor ejercicio de la libertad de expresión y de prensa; desde un código de prensa libre que incluso califique a la prensa como actor de interés público, hasta una legislación que permita el más amplio acceso posible a la información de interés público, entre las que destacan la información sobre los gobernantes y el desempeño de sus labores. Una “ley de acceso a la información”, pero que prevea en el texto lo que no se puede difundir por razón de Estado o por motivo de protección de la vida privada, con mecanismos que protejan ante la justicia tanto al periodista como al ciudadano y al Estado.
- Asegurar la independencia de los medios de comunicación y de los periodistas a través de diversos mecanismos de reglamentación del orden profesional y ético para evitar todo sometimiento a los poderes políticos y económicos o a cualquier grupo de presión que manipule, a propósito, el campo mediático o la conciencia del periodista;
- Salvaguardar también esta independencia, y el principio de competencia leal y franca, sobre la escena mediática. Aclarando las “reglas del juego” en el seno de la “economía de la información”, bajo la garantía de la transparencia, del respeto a la legislación y buscando promover la producción y la proyección en beneficio de un sector del público lo más mayoritario posible, a través de un código de inversión que defienda la especialización, la regionalización, la diversidad de los contenidos, de los idiomas, etc.)
- Ayudar a la modernización del sector, especialmente a partir de su base, la empresa de comunicación. Favoreciendo continuamente su actualización, no solamente a nivel económico y tecnológico, sino también en el plano de las relaciones laborales internas, particularmente en lo que concierne a los derechos materiales y morales del periodismo que deben conformarse con los valores y prácticas democráticas.
- Vigilar la consolidación de las capacidades profesionales de los periodistas, fomentando, por diversos mecanismos públicos y sindicales, la formación y el perfeccionamiento que deben convertirse en un derecho sindical y deontológico de esta profesión.
- Fomentar la cohesión de la profesión, su organización y su independencia en el plano sindical y político con el fin de transformarla en un conglomerado social plenamente responsable, sin interferencias de terceros en el proyecto social apoyado por la mayoría: la democracia y el desarrollo.
- Paralelamente a las políticas de movilización general a favor de la alfabetización, la escolarización y la informatización (lucha contra “la infopobreza”, relacionada con Internet), es necesario apoyar una proyección nacional de la prensa y de los medios de comunicación en general a través de todo el país: promoviendo proyectos especializados, proyectos regionales y locales, estableciendo una introducción estructural de la iniciación y del aprendizaje del lenguaje de los medios de comunicación en la escuela (desde la escuela primaria) y en todos los espacios de actividad de los jóvenes (casas de la cultura, bibliotecas municipales, centros de juventud y de deportes, ...).

Algunas de estas condiciones del entorno llaman la atención de los poderes públicos, otras interpellan a la profesión en tanto que cuerpo y otras encuentran a sus aliados entre los dos partidos, sin olvidar la aportación de la “sociedad civil” o todo “activismo demócrata” en todos estos requisitos.

Por muy ideales que puedan llegar a parecer y suponiendo que se admita el proyecto democrático, estas condiciones no pueden ser aplazadas, ni en parte ni en su totalidad, en lo que concierne a su puesta en práctica. Si tomamos en cuenta las especificidades del contexto marroquí, hay una sola excepción. Se trata de un requisito previo y necesario que se impone a la aclaración del “juego” global en la escena pública (político-mediática, en este caso): es un imperativo necesario que el partido político marroquí (matriz original de la prensa y de sus prácticas tradicionales, entre ellas el “preparado para pensar”), vuelva a nivelar su papel en la vida pública, sobre todo, como actor político, institucionalmente activo en el proyecto democrático que proteja y promueva el acto mediático libre y democrático.

Resulta necesario que el partido político juegue, por completo, el papel que le corresponde en un proyecto como este: elaborando un programa de gobierno, defendiéndolo, e irrigando sus propias

estructuras a través de una dinámica de acción y de comunicación interna y externa y, sobretudo, renunciando a la imprecisión que supone contar más con lo implícito que con lo explícito. Lo que está en juego aquí, fundamentalmente, es la necesidad de que estos actores políticos se pronuncien francamente sobre sus preferencias en lo que se refiere al régimen político que deberán promover entre los 32 millones de marroquíes: a nivel de visión filosófica, de ideología, de un programa político de gobierno o de una estrategia de comunicación, aplicable entre ellas a la prensa.

A diferencia del Reino Unido, de la República francesa, del Imperio japonés, de la Federación india, de la Federación canadiense, de la Federación brasileña, de la República americana y del Reino español, los partidos políticos marroquíes, sobre todo los más críticos históricamente con el régimen monárquico, no muestran suficientemente sus preferencias a este respecto. Excepcionalmente las “declaraciones finales” (que están redactados en un estilo hermético de obediencia formal o protocolaria, lleno de mensajes y de reservas implícitas, admitidas por el precedente reinado de Hassan II) frecuentes en la clausura de congresos o de reuniones a puerta cerrada, no encontramos ningún compromiso partidista claro en cuanto a la elección de un régimen.

Mayoritariamente, las fuerzas democráticas organizadas continúan pronunciándose desde una postura híbrida, que combina la adhesión total al régimen político que regenta el destino del país y una posición de alternativa, totalmente opuesto a este régimen.

Nadie quiere tomar una decisión pública frente a los ciudadanos: ¿monarquía o república? ¿monarquía reinante o gobernante? ¿monarquía parlamentaria, “republicana”, “socio demócrata”, ...? ¿“ciudadana”?

Esta confusión alimentada por el actor principal de la política en una democracia, es decir el partido político, se traduce en una ausencia de verdaderos debates políticos en este terreno en el que todo proyecto democrático debe ser fecundado para poder progresar. Este vacío político es ocupado rápidamente por el vecino, aquel que siempre ha sido considerado en Marruecos como un falso gemelo postizo del actor político: el periodista. De ahí, nace un último elemento para explicar el fenómeno a través del que el periodista sustituye al político. El político, primer artesano de la democratización antes que el ciudadano (elector libre y prudente), ha desertado del combate político (elección, programas, actividades de persuasión y de reclutamiento, iniciativas políticas, parlamentarias,...).

Apostar por el profesionalismo

Dicho esto, hay que constatar que el nuevo reinado ha multiplicado, por sí mismo, las iniciativas de auto clarificación, como si se anticipase, más que sus adversarios, los partidos políticos, cuya función es la de activar y animar, con su puesta en escena, las interpelaciones y debates políticos fundamentales. Estas reflexiones se han fundamentado en cuestiones acerca de un “nuevo concepto de la autoridad”, de un examen de conciencia por las graves violaciones de los derechos humanos, del acercamiento de la monarquía a los ciudadanos, las mujeres o las minorías culturales (Amazigh), a través de una “monarquía ciudadana”. Estas iniciativas de redefinición de las elecciones y ambiciones de la monarquía (que conforman un programa de gobierno), no se han topado aún con sus verdaderos colaboradores-adversarios en el mismo plano de reflexión y de lucha por el futuro. El país y su jefe estaban, y están capacitados, para soportar, en beneficio de la evolución de la democracia, un debate político entre proyectos, programas y visiones diferentes. Ahora bien, faltan la constancia, la profundidad, la claridad, la determinación y la comunicación de las alternativas de gobierno.

¿Quién de los privilegiados lectores se para actualmente a leer seriamente los editoriales de la prensa partidista? ¡Desde luego que el lector mediano no lo hace!

En cambio, un “editorial” insertado en uno de los recientes semanales conocidos como “independientes”, tiene todas las posibilidades de convertirse en el tema de conversación de los salones político-mediáticos de Rabat y Casablanca y de las cancillerías extranjeras y sus prolongaciones y asociados en el exterior. ¿La “prensa de combate” ha cambiado de campo? Sí y no. Sí formalmente, y no en lo que concierne al contenido y su impacto real sobre el proyecto de democratización del Estado y de la sociedad.

Por múltiples razones y realidades que hemos explicado ampliamente, la prensa marroquí actual denuncia más que revela o descubre. Por tanto, no se puede admitir legítimamente, a la vista de sus prácticas en general, la hipótesis de que está en condiciones de “ofrecer a los lectores los elementos que le permitan formar una opinión” como debe hacer la prensa en una democracia (siempre “en funcionamiento” en todo reino democrático). Esta prensa es incapaz por condiciones objetivas (que se han definido y catalogado en ocho puntos como “condiciones del entorno”) y subjetivas (por el peso del poder económico, con sus grupos de presión, y la precariedad de sus medios, debido, particularmente, al estrecho y perverso mercado publicitario) de asegurar plenamente su obligación de informar (revelar), ya que queda acreditado de ante mano su propensión al “combate” de denuncia. Lo que hace ésta por fuerza, la mayoría del tiempo, es crear las auténticas batallas.

Confinada a hacer uso de la imprecisión, a refugiarse en el proceso de intención, a tejer a partir de suposiciones, incluso de rumores, por no decir de intoxicaciones y de “manipulaciones”, ésta sigue perpetuando, a pesar de sus intenciones, la especificidades históricas de la prensa marroquí, que se resume en la preeminencia del comentario ex nihilo, sin fundamentos informativos, sin investigación seria y fuentes fiables y pertinentes.

En una situación como esta, varias sirenas atraen por el poco esfuerzo que exigen y lo irresistibles que pueden llegar a ser (gracias a las recetas conocidas del titular impactante, de la irreverencia provocadora, de la impertinencia sistemática acerca de todo y de nada, de la explotación de la forma de los hechos diversos para cubrir la actualidad política e incluso para violar y violentar la vida privada de los actores políticos). Y con respecto a este tema, es sintomático levantarse ante el entusiasmo del nuevo proyecto de la prensa de convertirse en “generalista”, para transformarse, rápidamente, en una tribuna esencialmente política. En relación a este tema citemos el caso de l'Économiste y de Le Journal, que aparecieron en un principio en el quiosco nacional como publicaciones especializadas (primero en economía y luego en bolsa y finanzas), pero que se han transformado en “generalistas”. En el caso de Le Journal, en un soporte en el cual los esfuerzos y cuidados, de la forma y del contenido (desde la cobertura hasta las crónicas y las cartas al director) se consagran mayoritariamente a la actualidad. Citaremos también el ejemplo de una cabecera inicialmente local, Al bidaoui, que sucumbió finalmente ante el canto fascinante de las sirenas pasando a ser una cabecera nacional en busca de material sensacionalista entre la fauna política del país.

En el plano profesional, en una situación como esta, es inevitable, no solamente que la denuncia (comentario) prime sobre la revelación (información) y, por lo tanto, que se reduzca “la ayuda al juicio libre” del lector, sino que también el “periodismo de calidad” (promocional y respetuoso para la inteligencia y la dignidad del lector/ciudadano) no llegue a emerger en este quiosco cada vez más desbordado por “editoriales” rebajados (un auténtico “periodo de rebajas” para el comentario político y el editorial de toma de posición). ¡Todo redactor se convierte en editorialista o cronista político, toda publicación inventa su propio “militantismo” y su propio “combate” de prensa “libre e independiente”!.

Una simple alerta, que puede estar “fundada” sobre un rumor, una intoxicación, o una simple denuncia –originada en una sospecha o malentendido - se convierten en temas de editorial. Éste no debe minimizar el papel de denuncia que puede jugar la prensa. Sin embargo, ya hay incluso reglas profesionales y “recetas” de oficio, como el hecho de permitir que se utilicen fuentes poco fiables, que están clasificadas según una jerarquía y unas técnicas de redacción muy precisas (“fuentes oficiosas”, fuente “digna de confianza”, fuente “cercana”, ...) o utilizar en el momento oportuno el condicional, las reticencias a observar en el titular, técnicas precisas para explotar citas, etc.). Así pues, por debajo de la investigación requerida, o cuando ésta es imposible (debido a las fuentes anónimas), siempre hay medios profesionales y deontológicamente admitidos y protegidos para que usen la denuncia.

Porque, si estamos decididos, en tanto que país, en tanto que actores políticos y, sobretodo, en tanto que medios de comunicación y periodistas, a sobrepasar la etapa de la “redacción literaria” de los comentarios ex-nihilo, a evitar la propaganda y los panfletos que la saturan, o el comercio feriante de tabloides sensacionalistas que violan las libertades y los derechos de terceros, para

pasar a una etapa que otorgaría una parte del poder (el “4º”) a la prensa, en la construcción de la democracia. Para ello, es necesario hablar seriamente del profesionalismo propio de este oficio. Sin olvidar por tanto el resto de condiciones del “entorno” que hay que reunir y realizar. Porque el periodismo llega a ser sofisticado y preciso en sus técnicas, sus reglas y sus conductas, cuando se inscribe en el proyecto de una democracia. Y a partir de ese momento, se cumple el tiempo o lo poco de “know how” necesario en la redacción de una prensa de opinión o de simples sucesos, que son accesibles para cualquiera.

Ahora, tan solo el aprendizaje en un pupitre de escuela, en un principio, y posteriormente en un pupitre de perfeccionamiento y de formación continúa en el seno de la empresa, pueden garantizar la adquisición y la agudización de la capacidad profesional necesarias para una prensa democrática y para la democracia. Y esta “cultura profesional” del oficio solo se desarrollaría si el periodista se adhiere y se encarga de su desarrollo, y, por supuesto, si ésta es llevada y defendida, a nivel organizativo (sindicalmente) por todo el cuerpo de la corporación.