

LA QUINTA COLUMNA DE SARKOZY¹

La entrada de Sarkozy en el Elíseo en mayo de 2007 no sólo fue bien recibida por la prensa de derechas —¡Qué victoria! exclamaba *Le Figaro*— sino incluso más sonoramente por el centro izquierda liberal. En *Le Monde*, Jean-Marie Colombani afirmaba con confianza que el resultado demostraba que «el país quiere ser más dinámico, más ofensivo, más eficiente»; en una palabra, resumida por el titular del periódico, «Cambiar». Incluso el supuestamente izquierdista *Libération* del «cualquiera menos Sarko» sirvió a sus dolientes lectores una dosis de realismo estoico: «debe la victoria a su provocativa sinceridad [...] en consonancia con los deseos de la ciudadanía [...] prepárense». En los pasados diez años, los medios de comunicación franceses se habían mostrado más inclinados a castigar al pueblo que a aplaudir sus decisiones políticas: por sus votos rebeldes a los candidatos de extrema izquierda y extrema derecha en las elecciones presidenciales de 2002, por ejemplo. El voto de 2007 parecía representar un realineamiento del electorado con la opinión unánime —*la pensée unique*— de los medios: que Francia debería cumplir con la alternancia ordenada entre partidos de centro izquierda y centro derecha que la democracia liberal exigía. De ahí el suspiro de alivio de *Le Monde* cuando los candidatos convencionales triunfaron en la primera ronda en 2007. Colombani de nuevo:

La historia recordará este hermoso día de abril, en esta soleada Francia, con sus largas colas de electores, viejos, jóvenes, parejas con niños, todos pacientes, todos movilizados. Dando la imagen de país sereno y con mente cívica que está redescubriendo la política [...] demostrando la voluntad de reapropiarse de su destino.

Por lo general, el electorado ha disentido de este punto de vista más a menudo de lo que lo ha cumplido. En 1995 los ataques del primer ministro Alain Juppé contra las prestaciones sociales provocaban las mayores protestas desde 1968. En 2005 el referéndum constitucional de la UE se encontró con un tremendo «no». En ambos casos, los políticos y los medios presionaron a favor del «cambio», del «trabajo más duro» y, en general, de

¹ Serge Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, París, Raisons d'Agir, 2005, 155 pp.

que Francia se acercase más al modelo neoliberal anglosajón. Cuando la ciudadanía se opuso a estos cambios, la conclusión de los frustrados defensores fue que el suyo era un país desfalleciente y arcaico, cuando no racista y xenófobo.

El pensamiento unánime –traducción más precisa del renombrado *pensée unique* de lo que sería «el pensamiento único»– no se limita, por supuesto, a Francia. Pero en los países anglosajones, a partir de la década de 1980, los políticos encabezan el programa del libre mercado, y los medios ejercen el papel de asistentes. La guerra relámpago de Thatcher contra los sindicatos, la propiedad estatal y los servicios públicos la llevaron a cabo la primera ministra y su gobierno, y al menos las dos últimas campañas fueron recibidas con escepticismo, o incluso con desaprobación, por grandes sectores de los medios británicos. Más recientemente, las guerras iniciadas por Bush y Blair en Afganistán e Iraq también encontraron cierta oposición por parte de los medios de comunicación: Downing Street exigió que se cesara a dos jefes de la BBC por una emisión en la que se planteaban dudas sobre las supuestas armas de destrucción masiva de Sadam Hussein. En Francia, sin embargo, las posiciones estructurales que emergieron desde la década de 1970 se han invertido, y los medios desempeñan el principal papel programático. Son los presentadores de informativos televisivos y de radio, los intelectuales mediáticos y los editorialistas, los que más han apoyado la campaña de que «no hay alternativa».

Otra diferencia en la escena francesa: este *ménage* superpoblado ha sido seguido de cerca y satirizado desde la década de 1990 por un grupo pequeño pero decidido de observadores como Serge Halimi, Pierre Rimbert y Henri Maler, que publican sus resultados en la página de Internet *Acrimed* y en la revista *Le Plan B*. ¿Por qué desesperarnos si podemos reír? Este espíritu guía el producto más excepcional de su obra: *Les nouveaux chiens de garde* de Halimi, un libro breve y explosivo publicado por primera vez en 1997 y ahora sustancialmente actualizado. Al comienzo del mandato de Sarkozy, este cáustico e hilarante panfleto político sirve de prefacio satírico a la experiencia de Sarko. Hace un recorrido excepcionalmente bien documentado por las operaciones de los medios franceses siguiendo el espíritu de Voltaire. Halimi es director de *Le Monde diplomatique* y autor de otros tres libros, incluido un estudio de 600 páginas publicado en 2004 sobre el orden neoliberal mundial, *Le grand bond en arrière*. El tema de *Les nouveaux chiens de garde* saca el pícaro bromista que hay en él mientras analiza con gran rapidez y claridad la historia de este «universo de connivencia».

Lo que Halimi describe, aunque no explica sus orígenes, podría decirse que empezó con la cristalización de los medios y de las elites políticas de Francia en torno a la nueva agenda liberal; el momento clave de este proceso fue el establecimiento de la Fondation Saint-Simon en 1982 por François Furet (presidente de Sciences Po), Roger Fauroux (director de la multinacional Saint-Gobain), Alain Minc (socio de Fauroux) y Pierre Rosanvallon. Como Rimbert explica en otra parte, esta «sociedad social-liberal para la re-

flexión» reclutó a sus miembros entre un arco modernizador que abarcaba «desde la derecha inteligente hasta la izquierda inteligente». Su programa debía purgar tanto a la derecha como a la izquierda de sus atavismos, y situar al país directamente en la senda liberal atlantista.

La primera iniciativa política independiente de los saint-simonianos fue la campaña presidencial de Edouard Balladur en 1995: 13 miembros del comité de 36 que el entonces primer ministro reunió para redactar el informe, *France sur l'année 2000* [Francia en el año 2000], salieron de este grupo de estudio. La comisión Balladur definió los contornos de la «única política posible». Sus partidarios forman una tupida casta que comprende tres capas. Una se traza desde los medios: intelectuales famosos, comentaristas de televisión y radio, un pequeño grupo de periodistas muy bien pagados; la segunda, desde la política: una serie de ministros con frecuencia unidos conyugalmente al primer grupo, incluido el ministro de Exteriores Bernard Kouchner con la presentadora de noticiarios televisivos Christine Ockrent, el ministro de Medio Ambiente Jean-Louis Borloo con otra presentadora de televisión, Beatrice Schönberg, el ex ministro socialista y director del FMI Dominique Strauss-Kahn con otra presentadora de noticiarios, Anne Sinclair; y la tercera, desde la empresa: figuras que entre sí controlan casi todos los periódicos, emisoras de radio y canales televisivos del país: Martin Bouygues, Serge Dassault, Arnaud Lagardère. Estas tres capas están en constante simbiosis. Sarkozy ejemplifica este proceso. El nuevo presidente lleva 25 años cortejando a los medios. ¿Quién no lo trata de *tú*? Laurent Joffrin (saint-simoniano, director de *Le Nouvel Observateur* y ahora director del equipo Rothschild en *Libération*) ha respondido a ese reto con afecto despreocupado y fraternal: «¡Yo lo hago! Hace lo mismo con todos. Eso no me impide ponerlo como un trapo a veces».

Dos episodios provocaron la escritura, y posterior actualización, de *Les nouveaux chiens de garde*: en primer lugar, el ladrido concertado de los perros de presa saint-simonianos sobre el fracaso de la campaña presidencial de Balladur en 1995, y el repudio público al ataque de Juppé a las prestaciones sociales ese otoño. Y en segundo lugar, los aullidos de protesta por el resuelto «no» de Francia al referéndum constitucional de la UE en 2005, en flagrante indiferencia hacia la sabiduría de los estudios televisivos. Éstos son los puntos culminantes que animan el libro de Halimi y no —como habría incluido un análisis más obediente del mismo tema— la derrota de Jospin en las elecciones de 2002, o la vuelta de los socialistas en las legislativas de 2005, importantes marcas del calendario político francés. El título evoca *Les chiens de garde* escrito por Paul Nizan en 1932: el blanco entonces era el silencio de los intelectuales, su negativa a «revelar los misterios del momento». Halimi toma de Nizan la ira, manifestando desde el primer momento su postura: «Hoy, más que ocupar una cátedra, los simuladores tienen un maquillador profesional al lado y un micrófono a mano. Dando vida a las realidades sociales y a la política, internacional y nacional, las distorsionan sucesivamente. Sirven a los intereses de los gobernantes del mundo. Son los nuevos perros guardianes».

En cuatro capítulos breves y densos, Halimi usa una exquisita selección de citas de periódicos, entrevistas grabadas y emisiones de televisión o radio, para examinar a su vez la influencia política en los medios, el control empresarial, editorial y financiero, y el programa en torno al cual se ha materializado el consenso ideológico. En su último capítulo, Halimi reúne a los diversos intérpretes centrándose en esa *pièce de résistance* de complicidad insolente, la prensa de reseñas francesa. Desde el comienzo se rechaza toda comparación con la edad de oro del periodismo o cualquier nostalgia por la misma. *Les nouveaux chiens de garde* cubre acontecimientos transcurridos desde la década de 1990, aunque tuvimos que esperar a que finalizase el segundo mandato de Mitterrand, señala Halimi, para que la colaboración del presidente durante el régimen de Vichy, su asociación con el ministro y simpatizante nazi de dicho régimen, René Bousquet, y su defensa a ultranza de la guerra contra la resistencia argelina se hicieran plenamente públicas. Pero la campaña de Balladur en 1995 señaló un nuevo nivel de connivencia: el anuncio por parte del corpulento primer ministro de que estaba «satisfecho» de haber recibido el apoyo de los medios encontró un aplauso espontáneo por parte de su público periodístico. Halimi proporciona una descripción deliciosa:

En el contexto de un pluralismo de lo más sumiso, uno de los dos diarios principales tomó una posición balladuriana muy derechista, mientras que el otro, si bien más izquierdista, era sencillamente igual de balladuriano. El buen equilibrio del día quedaba asegurado: el primero se publicaba en París por la mañana, el segundo por la tarde. Todo iba a la perfección, y, de repente, Alain Carignon, ministro de Comunicación, tuvo que dejar su cargo en el Gobierno para pasar cierto tiempo en la cárcel de Saint Joseph [...] lo sustituyó enseguida y sin controversia Nicolas Sarkozy [...] [ahora] ministro encargado de la televisión y la radio pública. Ministro de Presupuesto y [...] portavoz de Balladur [...] Pero el grueso librito negro de amigos mediáticos que el alcalde de Neuilly tenía lo protegíó de observaciones desatentas.

Los aspirantes a estrellas televisivas Claire Chazal (TFI, novelista y biógrafa de Balladur, Légion d'honneur), Anne Sinclair (Sciences Po, TFI, miembro de *Le Siècle*, el club de relaciones que ha sustituido, socialmente, a la *Fondation Saint-Simon*), Béatrice Schönberg (France 2), Christine Ockrent (Sciences Po, France 3, Légion d'honneur) y, por supuesto, un dorado perro de caza entre las felinas, Patrick Poivre d'Arvor (Sciences Po Bordeaux, TFI, Légion d'honneur, *Le Siècle*) –también conocido como PPDA– centran sus energías, entre noticias sobre la coliflor más grande de la región de Charentes y otras historias de bienestar local, en proporcionar cobertura partidista o entrevistas con los líderes políticos. Los cinco tienen muchos imitadores y rivales. En la cumbre del escándalo sobre la propiedad de bienes inmuebles de Chirac durante su mandato como alcalde de París, por ejemplo, Jean-Marie Cavada (France 3, Légion d'honneur, *Le Siècle*) no se anduvo con miramientos. Como dice Halimi: «hace la pregunta que todos esperaban: “Monsieur Chirac, ¿cuántas variedades de manzana conoce usted?”». Laurent Joffrin (que astutamente se cambió el apellido de «Mouchard», es

decir, «ladrón») no resultó menos comprensivo cuando tuvo a Chirac en la silla eléctrica en 2002:

Ha respondido usted declarando que todo esto es legal y, por lo tanto, que no ha habido irregularidades. Nadie le va a contradecir a este respecto. Pero, aun así, ¿no es un poco incómodo por razones de imagen, porque realmente corre el riesgo de dar la impresión de que usted se beneficia, aunque sea perfectamente honrado –y todo el mundo lo piensa–, pero que se beneficia –con otros pero también como otros– de cierto número de privilegios no disponibles para los ciudadanos comunes porque, en apariencia, la renta en cuestión es, debe decirse, bastante atractiva, en comparación con el apartamento?

Si los periodistas muestran tal reverencia hacia los líderes políticos, la muestran aún mayor hacia sus empleadores. El Capítulo Dos, «Prudencia hacia el dinero», señala en qué medida el centro del poder ha migrado del Elíseo a la elite empresarial. Dos tercios de los periódicos del país son propiedad de los principales fabricantes de armas franceses, Dassault (*Le Figaro*) y Lagardère (*Le Monde*), mientras que Hachette –una filial de Lagardère– controla la mayoría de las editoriales francesas, además de dominar gran parte de la red de distribución de libros y revistas. Los periodistas han adoptado una función más pedagógica que crítica o investigadora, la cual sirve para naturalizar la influencia empresarial sobre los medios; una aquiescencia de hecho con la declaración inaugurativa de Rothschild en *Libération* de que «es un poco utópico separar la función editorial de los intereses de los accionistas». La heterogeneidad de la prensa se ha visto progresivamente erosionada a medida que el poder y la riqueza del sector se han concentrado cada vez más en determinadas familias. Los endurecidos barones de las armas y de los medios reciben inevitablemente un trato de adulación sentimental en sus propias páginas: cuando muere un viejo Dassault o Lagardère, «el océano de lágrimas hace subir unos cuantos ríos más», animadas por elegías llenas de dolor de PPDA o Chazal. Los intereses empresariales dictan de ordinario qué se considera y qué no se considera noticia: las regiones en las que una empresa tiene intereses reciben especial atención; *Le Figaro* de Dassault, por ejemplo, muestra una permanente pasión por el vuelo.

Lo mismo se puede decir de la televisión. Los noticieros protegen los intereses de los propietarios cuando se encuentran en horas de necesidad, en caso de que salgan a la luz algunos errores. Martin Bouygues, por ejemplo (heredero del conglomerado Bouygues SA, con una participación de control en TFI, así como intereses en la construcción, las telecomunicaciones y la ingeniería; Légion d'honneur; padrino del hijo de Sarkozy), fue tratado con notable compasión por las noticias televisivas cuando la policía lo interrogó sobre sus cuentas en bancos suizos: los reportajes no duraron más de 13 segundos. Quienes soñaban ser «los herederos de Bob Woodward», reflexiona Halimi, sólo son en realidad «los baberos que protegen la camisa de Martin Bouygues». Tras veinte años de privatización, la política de TFI no es ningún secreto, aunque su director Patrick Le Lay lo dice con especial rotundidad: «El objetivo de nuestros programadores es

hacer que [el espectador] esté disponible: en otras palabras, divertirlo, re-lajarlo, prepararlo entre anuncio y anuncio. Lo que le vendemos a Coca-Cola, tiempo cerebral humano, es gratis».

Una figura de presencia tentacular, y activamente incansable en la difusión del consenso ideológico dominante, es Alain Minc. Este consumado *pass-seur* (Sciences Po, ENA, miembro fundador y tesorero de la Fondation Saint-Simon) se desarrolló primero en negocios e inversiones, mediante su función gestora en Saint-Gobain. Después asumió un papel más político en 1994, a través de su estrecha relación con Balladur, que le pidió que colaborase en la redacción del informe *France sur l'année 2000*, en el que esbozaba el pensamiento del «círculo de la razón». Hoy, es confidente cercano de Sarkozy, desempeña un trabajo asesor clave en *Le Monde* desde hace trece años y es miembro de Le Siècle. Cultiva la función de intelectual público mediante su *oeuvre* siempre creciente (un libro al año sobre temas que van desde la nueva economía y la globalización hasta la nacionalidad y el lado oscuro de la corrección política) y frecuentes apariciones como presentador de televisión y radio. En 2001 le concedieron la Légion d'honneur, a pesar de haber sido condenado por plagio seis meses antes.

Al principio, Minc tuvo que defender su rincón, pero como Halimi demuestra prestando una cuidadosa atención al lenguaje empleado en los medios más en general desde 1995, la ideología se ha naturalizado con éxito. Ya sean de centro derecha o de centro izquierda, los medios «hacen de ventrílocuos u orquesta sinfónica» de las leyes del mercado. En su tercer capítulo, «Periodismo de mercado», Halimi observa las raíces ideológicas y el aparato de las relaciones de poder que ha esbozado. Jean-Marc Silvestre de TFI y France Inter lo dice con claridad: «El liberalismo no es una construcción intelectual, como el marxismo; el mundo se creó así». En un debate televisado le pidieron que comentase el significado de que una empresa sea «la mejor» ¿No implicaba eso también mejora social? Pero Silvestre pareció confundido por la confusión: «No hay progreso social sin progreso económico». ¿Pero puede haber progreso económico aunque haya recesión social al mismo tiempo?, insistió el miembro del público. Silvestre, exasperado, reiteró que «¡no hay progreso social sin progreso económico!». En otro debate en TFI, esta vez sobre los salarios, un joven miembro del público planteó una pregunta muy directa que desconcertó a los expertos y políticos reunidos: ¿por qué no imponer una congelación de los salarios elevados, pongamos los que superan los 15.000 euros al mes? El ministro en escena le preguntó qué quería decir exactamente, seguido por PPDA (directamente afectado por esos asuntos), «porque en realidad no entendemos el significado de tu pregunta». El «significado», cuando no comparte las suposiciones fundamentales del círculo de la razón –los efectos beneficiosos que tienen la estimulación de la competencia, la desregulación, la privatización, la liberalización y demás–, se vuelve incomprensible.

Halimi tiene buen oído para la inimitable arrogancia de la elite mediática francesa, para la cual la exclusión del debate público siempre es una tác-

tica instintiva. La víspera del probable voto negativo al referéndum constitucional de la UE, Jean-Louis Gombeaud dejó caer, «¿realmente teníamos que pedir a los franceses que dieran su opinión sobre la economía de mercado?» [...] Es decir, ¿cuándo es el referéndum sobre la legitimidad de la ley de la gravedad?. Este desprecio reaparece siempre que el electorado da señales de disentir del consenso sobre el mercado, algo a menudo considerado como una especie de patología. La oposición a las reformas de Juppé hizo a Minc lamentar que, «en este mundo aparentemente unificado en cuanto a estilos de vida y mercados financieros, persista una peculiaridad francesa: el gusto por los espasmos». Las protestas eran un mero «momento de locura» (Claude Imbert), «una fiebre colectiva» (Alain Duhamel), «una fantasmagoría» (Franz-Olivier Giesbert), «un carnaval» (Guy Sormon), «un poquito de chifladura» (Bernard Henri-Lévi). Los debates de ese periodo tenían una cualidad especial: el debate semanal «Droite/Gauche» de Europe 1 enfrentaba a Imbert (*Le Siècle*) y Jacques Juillard (ENA, Fondation Saint-Simon, *Le Nouvel Observateur*) por un lado, «cara a cara» con Duhamel (*Le Monde*, *Libération*, Légion d'honneur) y Serge July (Fondation Saint-Simon, *Libération*, *Le Siècle*): cuatro firmes partidarios del plan.

Halimi enseña los recursos lingüísticos empleados para convertir aún más el *pensée unique* en ley natural: el «hoy» describe al nacionalismo moderno frente al «ayer» y su socialismo arcaico; «por lo tanto», enlaza dos proposiciones por lo demás ilógicas, asociadas sólo mediante la ideología. Los acontecimientos se describen de tal modo que dan la sensación de cambio o acción, como atestigua una descripción de Davos hecha por Christine Ockrent, que simplemente «enloquece» al invitado Serge July:

En Francia sencillamente está fuera de lugar [...] ir en contra del pesimismo ambiental [...] Mirar directamente a un mundo en completa convulsión que cada vez se fija menos en nosotros y tiene poco tiempo para nuestra capacidad de ajuste. Por eso es bueno hacer el viaje a Davos todos los años y escuchar, con todas sus contradicciones y diversidad, a quienes se dedican a cambiar el planeta.

Otra postura es la del crítico liberal de los excesos del libre mercado, normalmente adoptada por el escritor y tertuliano Alain Duhamel, a pesar de ser un firme balladuriano y más recientemente bayroustista. Es partidario de que se contrarresten los dogmas neoliberales «tiránicos» y los mercados «despóticos» con... la desregulación parcial y la privatización mesurada. Un vistazo a unos cuantos días en la vida de Duhamel revela una rutina mediática muy heroica: entre el sábado 7 de enero de 1995 a las 20:30 y el lunes 10 de enero a las 20:00 interviene al menos siete veces en las ondas. El sábado por la noche participa en una larga sesión de un programa literario de France 3. El domingo por la mañana, a las 8:40 en Europe 1, aparece para su cara a cara semanal con Serge July. A mediodía, entrevista a Nicolas Sarkozy en la «Hora de la verdad» (France 2). El lunes a las 7:25, ofrece sus pensamientos en Europe 1 antes de liderar a las 19:00 el «Club de la presse» con el invitado de la semana, el entonces líder del PCF Robert Hue. Nada más terminar, a las 20:00, se dirige a los estudios de France 2

para entrevistar a las 20:30 a Jacques Chirac. El martes a las 19:00 lo invitan a la serie radiofónica LCI de Guillaume Durand. Unas horas antes, su espacio en Europe 1 tenía como tema «Jacques Chirac: omniprésente».

El último capítulo se refiere a la prensa de reseñas, un área en la que Francia puede reivindicar niveles descarados de favoritismo. Unos amigos elogian los libros de otros, los premios literarios se distribuyen entre colegas cercanos –juez, jurado y ganador pueden pertenecer a veces a una sola publicación–, el mismo grupo de comentaristas interviene para destripar la calidad del debate intelectual. «En otro universo a esto lo llamaríamos corrupción, malversación, abuso de confianza [...] en Francia le damos el pintoresco título de *le renvoi de l'ascenseur*; señalaba Pierre Bourdieu.» (El libro de Halimi, aunque traducido a once idiomas, aún no se ha mencionado en el suplemento cultural semanal de *Le Monde*).

El objetivo de *Les nouveaux chiens de garde* no es un fenómeno exclusivamente francés, por supuesto, y tampoco es un giro especialmente nuevo en la práctica político-periodística. La elevada concentración de los medios en manos de un pequeño número de conglomerados refleja lo que Murdoch ha ido construyendo con News Corporation desde que empezó a publicar su *News Week* local en 1956. Hoy el australiano es propietario del 32 por 100 de la prensa británica, junto con 175 periódicos y 37 canales en todo el mundo, a lo que ahora podemos añadir *The Wall Street Journal*, adquirido a la familia Bancroft, una venta que ha sacudido a su rival Pearson, propietario de *The Financial Times* y de Penguin Groups. De hecho, en comparación con el modelo estadounidense y el británico, Francia se queda atrás, es un mero «enano», y el ambiente está a favor de más concentración, no menos. El capitalismo francés, como señala Laurent Mauduit en su reciente divulgación del «Sistema Minc», *Petits conseils* –publicado en marzo con poca atención de la prensa–, parece atrapado entre el modelo anglosajón más transparente y la forma arcaica organizada en torno a apretones de manos secretos y complicidades no declaradas. «Debemos salir de la actual “balcanización”, opinaba el diario económico *Les Echos* en 2005. Sarkozy parece ser el hombre adecuado para la tarea, declarando a comienzos de 2007 que «nuestro sector mediático necesita grupos sólidos que lo estructuren y lo fortalezcan. Por eso el equilibrio correcto debe aspirar constantemente a consolidar el desarrollo de los grupos [mediáticos] franceses, pero al mismo tiempo conservando el pluralismo y la independencia del sector».

Las agendas periodísticas y políticas han convergido hasta el punto de que los viejos ministros pasan a ocupar cargos en los medios y viceversa. La llegada de Sarkozy ha renovado este ciclo: su nuevo gobierno incluye a dos miembros con notables vínculos conyugales, Jean-Louis Borloo y Bernard Kouchner; François Fillon, el nuevo primer ministro, es también periodista en ejercicio; y Laurent Solly, director de campaña de Sarkozy, se ha pasado al otro lado para ocupar un alto cargo en TFI. Dada esta situación, «cómo puede uno ofenderse todavía por la existencia de *pantoufla-*

ge entre los políticos y los medios –pregunta Halimi– cuando se ha vuelto tan difícil distinguir entre la zapatilla propiamente dicha y la chimenea?».

No obstante, el intervencionismo hiperactivo de Sarkozy ya ha suscitado un cañonazo de advertencia de Eric Le Boucher, de *Le Monde*, indignado por cierto intento improvisado de agradar a la población por parte del presidente, que pronunció la expresión *pensée unique* con desprecio, y se atrevió a sugerir que el consenso en torno a la política económica podría ser un obstáculo a la libertad de pensamiento.

Su invectiva lo deja a uno sin habla; estamos atónitos [...] *la pensée unique* ha sido la fórmula mediática de sus críticos, que se expresan contra la política económica y el sistema monetario seguidos desde 1983 por todos los gobiernos, ya fuesen de derechas o de izquierdas, hasta 2002 (después de lo cual no ha habido ninguna política económica). Esta política tenía tres ejes: rigor presupuestario, franco fuerte y lo que nosotros llamamos «desinflación competitiva» (controlar los salarios para contrarrestar la inflación).

Sus figuras principales, señala Le Boucher, han sido del mayor calibre: Pierre Bérégovoy, ministro de Finanzas y primer ministro con Mitterrand, y Jean-Claude Trichet, miembro del gobierno de Balladur, activo en el Tesoro, gobernador del Banco de Francia y hoy presidente del Banco Central Europeo. «La oposición –añade rápidamente– se agrupó tras el lema de “otra política”, sin formularla jamás de un modo global y coherente.» Pensar que las cosas han sido de otra manera, concluye Le Boucher, muestra la «inextinguible sed» que Sarkozy tiene de acción política. Pero el presidente tendrá que aprender que «no todo es posible y que todo tiene un precio».

El ánimo teórico de *Les nouveaux chiens de garde* procede de Pierre Bourdieu, que había descrito la evolución de los medios en *Sur la télévision*. La lógica del mercado era el actor fundamental en la transformación del periodismo:

La práctica periodística se sitúa bajo las exigencias de la velocidad y la renovación constante. Esta disposición se ve reforzada por la naturaleza temporal del propio periodismo, que exige vivir y pensar con rapidez [...] favoreciendo una «amnesia permanente», el lado negativo de la celebración de la noticia más reciente y de los juicios basados puramente en categorías «nuevas» y «viejas».

El panfleto igualmente feroz escrito por Halimi en 2006, *L'opinion, ça se travaille...*², en colaboración con Dominique Vidal y Henri Maler, sigue tanto la tesis de Chomsky como la de Bourdieu, aunque evitando cualquier asomo de piedad. Se concentra en la cobertura de las guerras de Kosovo, Afganistán e Iraq, un tema prácticamente ausente en *Les nouveaux*

² S. Halimi, D. Vidal y H. Maler, *L'opinion, ça se travaille...*. *Les médias et les «guerres justes»: Kosovo, Afghanistan, Irak*, Marsella, Agone, 2006.

chiens de garde, un libro escrito en clave nacional: la presentación casi unánime del bombardeo de la OTAN en Yugoslavia en 1999 como acto de integridad moral de Occidente y el apoyo enfático a la reconstrucción de Iraq como modo de no hablar de la continuación de la invasión: «¡Viva Naciones Unidas! (Serge July); «que la guerra acabe pronto, como si nunca hubiera ocurrido, para aliviar en lo posible el sufrimiento de sus civiles» (Gérard Dupuy, *Libération*). Halimi resume: «La mayoría de los miembros de los medios de comunicación prefieren aullar con los lobos, disfrazando las guerras humanitarias de abuelitas. Se consuelan en su convicción de que pertenecen al Partido del Bien, invocando la “moralidad” como sustituto ideal del desconocimiento de las situaciones locales». En su lugar, ¿a qué señala él? Al invocar a Nizan, uno se pregunta si está pidiendo a los periodistas que sean la nueva vanguardia intelectual, pero la aspiración de Halimi es en muchos aspectos más noble: poner fin a la mentalidad de «información exclusiva», no a pesar de que vivamos, sino precisamente porque vivimos, su mejor hora: la industria mundial de convertir banalidades en titulares, de la dianología, de las obsesiones de corta duración por *Gran hermano* u *Operación triunfo*, de tragedias humanas aisladas que se ofrecen durante semanas en primera página. La misión del negocio, sostiene, debería ser la de «hacer interesante lo importante», no la de hacer importante lo que es superficialmente atractivo.

Inusualmente, Halimi acaba con una nota más esquiva de lo que su expresión tajante nos ha llevado a esperar. Busca dónde se podrían encontrar los portadores de la lucha y adónde deberían los periodistas girar su atención. Evoca una escena de la región de Drôme, en la que viejos militantes se reúnen espontáneamente con unos cientos de lugareños; actores jóvenes recitan a Eluard y Hikmet, y leen testimonios de antiguos combatientes de la Resistencia; denuncian el nacionalismo de Vichy y cantan «Le temps des cerises». La imagen sorprende, pero precisamente porque no es una imagen, no es una escena llevada a cabo para aparecer en la pantalla, sino que describe una subcultura que sobrevive porque sabe de qué trata, integralmente. La pregunta de Halimi, por lo tanto, es imposible y se sale de los parámetros dados de la mediosfera: ¿qué forma adoptaría la resistencia si no estuviera encuadrada para las cámaras? El periodismo que seguiría sería también de una naturaleza distinta, en la que el carácter adulator del universo de la connivencia no tendría lugar. El gesto parece utópico, encantador; no debería serlo.