

## **Crisis financiera, economía y medios de comunicación**

Núria Almiron

*nuria.almiron@upf.edu*

Forma de citar:

ALMIRON, Núria (2008): "Crisis financiera, economía y medios de comunicación", in *Mientras Tanto*, vol. 108-109, pp. 83-90.

En el estadio actual del capitalismo avanzado, con una preeminencia manifiesta de lo financiero y virtual por encima de lo productivo y tangible, cualquier accidente financiero tiene repercusiones inmediatas sobre la economía real. Sin embargo, las convulsiones financieras actuales, como las pasadas, están muy lejos de poder justificarse mediante teorías psicológicas: el miedo y pánico de los inversores y consumidores, por ejemplo. Y ello es así por más que les pongamos etiquetas técnicas y coyunturales que nos alejan de la comprensión real de los fenómenos, como el actual "encogimiento del crédito" (traducción del anglosajón *Credit Crunch*), que es como los economistas ortodoxos explican lo que está sucediendo hoy. El encogimiento del crédito existe, es evidente, y es el que nos está conduciendo a la recesión, como el tumor de un cáncer es el que, en la mayoría de ocasiones, conduce el enfermo al fallecimiento. Y es importante saber cómo funciona el tumor, una vez generado, para poder combatirlo. Sin embargo, es mucho más inteligente e importante saber qué causa su aparición, para poder evitarla. Tenemos muchas pistas en el caso de algunos tumores cancerígenos –a las que, por cierto, deberíamos atender más–, pero en el caso de las finanzas lo que acumulamos a estas alturas no son pistas ya, sino pruebas concluyentes. El *credit crunch* es el tumor, pero pedir que nos detengamos en ello es absurdo cuando sabemos perfectamente lo que lo causa: la ambición, la codicia y la fe irracional en el crecimiento ilimitado, esencialmente.

Los excesos de riesgo en los que se ha incurrido para incrementar la acumulación de capital, intentando siempre acelerar, a su vez, la velocidad a la que se produce esta acumulación, sólo benefician a unos pocos, perjudican a muchos e

inestabilizan un sistema que funciona en base a unas reglas de juego irracionales: elevado endeudamiento y crecimiento permanente. No hace falta tener un premio Nóbel en economía para saber que un mundo con recursos limitados no puede estar creciendo ilimitadamente. Tampoco hace falta tener un premio Nóbel en finanzas para saber que los mercados de capitales no pueden sostener la falacia de un crecimiento virtual ilimitado permanentemente. El encogimiento del crédito es hoy, como lo fue en el pasado, el tumor gestado por la avaricia e ignorancia de una sociedad que huye hacia adelante en una orgía de inútil acumulación material.

De entre todos los agentes involucrados en esta orgía de codicia, ambición e irracionalidad destacan aquellos vinculados con el sector financiero (intermediarios, consultores, auditores y gobiernos), pero también los medios de comunicación, en cuyas manos la teoría liberal puso en su día la responsabilidad de ser garantes de la calidad democrática de las sociedades occidentales.

### **El papel de los medios de comunicación en el capitalismo avanzado**

No es ninguna sorpresa afirmar que los medios de comunicación están principalmente en manos de grandes grupos económicos en cuyo seno no prima precisamente el rol democratizador y de servicio público que todavía insistimos en colocarles, sino un ánimo de lucro que ha caracterizado toda su historia desde que se liberaron del control gubernamental o político. Sin embargo, este *corporate media* (o medios de comunicación mercantilizados) nacido a principios del siglo XX ha protagonizado posteriormente una fase de desarrollo que le ha alejado todavía más de su pretendida responsabilidad social. Esta etapa, experimentada en las últimas décadas, no es otra que la de su financiarización.

La financiarización de los grupos de comunicación es, lógicamente, mucho más evidente en aquellas sociedades con sectores de la comunicación más oligopolizados, con menos jugadores y de mayor tamaño. Sin embargo es visible también en escenarios como el español, con el principal grupo de comunicación, PRISA, endeudado en más de 5.000 millones de euros con, esencialmente, instituciones y mecanismos financieros.

La financiarización es el último estadio en la asimilación por parte del mercado

del otrora visto como cuarto poder. En síntesis, supone esencialmente la adopción de seis rasgos por parte de los grupos de comunicación:

1. Una ampliación de su objeto social, que deja de estar principalmente relacionado con la información y la comunicación y pasa a incluir, también, y de forma preeminente, la actividad en los mercados financieros.
2. Derivado de lo anterior, un uso creciente de instrumentos financieros, entre los que se incluye también el uso de centros financieros extraterritoriales o paraísos fiscales.
3. Un endeudamiento creciente y progresivo que alcanza actualmente ratios sin precedentes y sitúa al sector de la comunicación y la información como uno de los más endeudados de la economía global.
4. Un distanciamiento creciente del valor de la compañía en términos contables y en los mercados financieros, a partir de cotizaciones bursátiles que disparan el valor virtual de las compañías.
5. La entrada de actores de la financiarización global en la estructura de propiedad de los grandes grupos de comunicación, especialmente de los grandes bancos de inversión, que han adquirido en los últimos años paquetes importantes de las principales corporaciones de todo el mundo.
6. La influencia directa de las entidades financieras en los consejos de administración de los grupos de comunicación a través de la presencia de representantes de las primeras en los segundos.

Lo anterior genera un predominio de la economía financiera por encima de la productiva también en el seno de los grupos de comunicación, y este rasgo produce un efecto determinante en su seno: convierte lo financiero en un factor estratégico para los grupos de comunicación y a éstos en actores dentro del sistema financiero, de modo que es imposible desvincular su actividad de las sinergias que mueven a éste último.

Lejos de estar meramente supeditados a la banca, lo que la financiarización genera es un flujo doble de intereses y necesidades mutuas que ambos sectores, mediático y financiero, entretajan de forma variada: las entidades financieras son socios financieros e industriales, acreedores, accionistas y anunciantes de los grupos de comunicación, y estos son, a su vez, poseen para las primeras dos atractivos insuperables:

1. En primer lugar, los grupos de comunicación representan, para la banca, cuentas bancarias de primer orden: muy intensivas en flujos de capital y uso de instrumentos financieros cuya intermediación casi siempre requiere de la participación de instituciones financieras a cambio de importantes comisiones.
2. En segundo lugar, y en absoluto menos importante, los grupos de comunicación constituyen, para las entidades financieras, importantes atalayas de poder: especialmente para la gestión de la información que se difunde sobre operaciones y actividades financieras, información que constituye un instrumento estratégico clave en operaciones que se realizan mediante intercambios de acciones, y por tanto susceptibles de alteración ante cualquier dosis de información que se difunda sobre ellas.

La alianza que se establece entre sistema mediático y sistema financiero en el capitalismo avanzado, cuando de lo que hablamos es de grandes grupos de comunicación, supone mucho más que el establecimiento de vínculos comunes y de una capacidad de presión mutua. Supone una convergencia de objetivos y estrategias que impide que los principales grupos de comunicación reflejen en modo alguno aquello que más y mejor cobertura informativa debería precisamente recibir, aquello que constituye el corazón del propio sistema capitalista: su mecanismo de distribución de recursos y riqueza (la economía) y el principal instrumento utilizado actualmente para esta actividad (las finanzas).

Es este motivo y no otro el que provoca que las páginas y secciones de información económica y financiera de los principales medios de comunicación construyan una realidad ajena y parcial, sesgada por las necesidades e intereses financieros de los grupos de comunicación y por las necesidades e intereses

estratégicos de sus acreedores y socios financieros. Ello se pone más en evidencia si cabe en tiempos de crisis como los actuales, donde el déficit en la cobertura es incluso mayor, a pesar de parecer lo contrario, que en tiempos de abundancia y optimismo económicos.

### **Los medios y la crisis**

Cuando la promotora inmobiliaria catalana Habitat compró hace dos años una empresa cuatro veces mayor que ella, Ferrovial Inmobiliaria, para lo cual tuvo que endeudarse desorbitadamente, los principales medios de comunicación hablaron de “paso de gigante” del grupo catalán y de “negocios complementarios”. En un artículo en *El País* del 7 de enero de 2007 (“Habitat rompe la barrera”) incluso podía leerse la opinión de un experto, profesor de ESADE en particular, afirmando que tal compra era “muy recomendable” para una empresa familiar como Habitat. En ese y otros artículos se nos contó que la financiación la lideraría La Caixa y que el grupo constructor catalán multiplicaría sus reservas de suelo y sus ventas de viviendas anuales (dando por hecho automáticamente en la mayoría de los casos este último extremo). Sin embargo, nada o apenas nada pudimos oír o leer sobre el riesgo empresarial de la operación en un momento en que el sector inmobiliario estaba empezando a dar signos claros de estancamiento y mucho menos del riesgo financiero, que engendraba una deuda para el grupo catalán muy difícil de superar, sino imposible. Dos años después el sector inmobiliario se hundía y en diciembre de 2008 *El País* titulaba la suspensión de pagos de la promotora catalana con un “La crisis del ladrillo se traga a Habitat”, en un artículo que acusaba a la crisis de ser la causante de que Habitat se ahogara en una deuda de 2.300 millones de euros tras la compra de Ferrovial. Interpretación ésta reproducida de manera más o menos idéntica por todos los grandes medios de comunicación.

Sin embargo la realidad muestra justo lo contrario: la crisis del sector inmobiliario, lejos de ser la causante de la crisis de los actores del mercado inmobiliario, es causada por estos. La crisis inmobiliaria, como la financiera con respecto a los actores financieros, está directamente relacionada con estrategias irracionales como la de Habitat, basadas en el crecimiento especulativo y la

financiación bancaria. Las grandes promotoras inmobiliarias han vivido una década de oro gracias a la financiación a espaldas de bancos y cajas, que han apoyado sus grandes obras al tiempo que concedían hipotecas a cualquiera para pagar con dinero del que los hipotecados no disponían, ni podrían ahorrar a tiempo en un mercado tan especulativo, la adquisición de viviendas sobrevaloradas.

La bola de nieve creció así imparable y junto al derecho al trabajo y a la vivienda apareció un nuevo derecho: el de estar hipotecado. O, mejor dicho, megahipotecado, porque las hipotecas concedidas a treinta y cuarenta años, que muchos arrastrarán más allá de la jubilación, suponen un coste sin precedentes al ya sobrevalorado precio de esas viviendas, que en muchos casos multiplica por dos el importe final. Sin embargo, la interpretación crítica de un sistema tan desatinado de funcionamiento hace gala por su ausencia en todos los grandes medios de comunicación.

Igual falta de espíritu crítico lo encontramos en las informaciones sobre los rescates de grandes entidades financieras, especialmente de la banca hipotecaria, estadounidense y europea, así como de las inyecciones realizadas por los bancos centrales o las ayudas gubernamentales a las entidades financieras de sus respectivos países. Los vínculos entre muchas de estas entidades financieras y los paraísos fiscales han sido ampliamente documentados y sin embargo es muy difícil leer o escuchar en los medios de comunicación ningún cuestionamiento serio al respecto de ayudar públicamente a empresas con enormes beneficios e importantes actividades en paraísos fiscales.

El caso de los paraísos fiscales es en sí mismo insólito en su tratamiento por parte de los grandes medios de comunicación. En una inmensa mayoría de los casos, cuando se habla de ello, la fiscalidad *offshore* es tratada casi siempre como algo ajeno y abstracto: países que albergan el dinero que los ricos evaden a Hacienda o que blanquean el patrimonio del narcotráfico o del terrorismo. Sin embargo es una evidencia que no escapa a nadie que sin el papel de la banca estos enclaves no funcionarían. La banca es quien los alimenta, mantiene y explota para beneficio de terceros y también para su propio beneficio. Y sin embargo, en las

escasas informaciones que los medios de comunicación dedican a este tema la banca está siempre ausente y su papel protagonista olvidado.

Es cierto, se puede pensar, que en estas últimas fechas hemos visto algunos medios de comunicación alzar tenuemente la voz ante algunas de las consecuencias de la crisis económica y financiera, especialmente las nacionalizaciones que gobiernos conservadores o con políticas económicas neoliberales han aplicado como receta para salvar a sus sistemas financieros. La trillada frase de “privatizar los beneficios y socializar las pérdidas” nunca fue tan evidente. Pero tales voces distan mucho de ser críticas en la mayoría de los casos (sólo el periódico *Público* ha elevado el tono de forma clara). Después de las enormes cantidades de dinero público cedidas con controles mínimos, los medios de comunicación han pasado página, pues ya se sabe que los temas financieros aburren cuando no hay alguna nota de color.

Notas de color las ha habido, no obstante, como es el caso de Bernard Maddof y su estafa piramidal, en la que, vaya sorpresa, también se han visto implicados fondos españoles gestionados por SICAVs (las gestoras de los patrimonios de los ricos) y por la gran banca. Después de creerse a pies juntillas aquello que dijo en su día el Presidente del Gobierno español, que nuestro sistema financiero era el más fuerte del mundo, obviando que el sistema es global y está globalizado para lo bueno y para lo malo, especialmente para esto último, hemos visto como periódicos e informativos se afanaban por luchar contra el pánico psicológico. Sin embargo, habría ido mucho más acorde con su responsabilidad democrática afanarse por informar verazmente y con espíritu crítico de las contradicciones y veleidades de nuestros sistemas económicos y financieros.

A finales de año también leíamos como el Presidente del Gobierno exigía de nuevo a este sistema financiero que volviera a conceder crédito “con normalidad”. Por lo visto “la normalidad” era lo de antes. Desde el pasado verano, las entidades financieras han reducido drásticamente los créditos e hipotecas concedidos. Sin embargo, no es cierto que hayan “cerrado el grifo, como se afirma”, sino que se han limitado a conceder créditos sólo a los que

tienen posibilidades muy claras de devolverlos. Esto último sin embargo no forma parte de la “normalidad” en el capitalismo avanzado.

Efectivamente, el sistema financiero ha sido protagonista destacado en la creación de su propia crisis y, ahora, con el viento en contra, actúa en consecuencia: intentado salvar su barco. Que las autoridades gubernamentales tengan por toda estrategia financiera de salida de la crisis pedir a la banca que vuelva a “la normalidad” anterior, es decir, a conceder créditos e hipotecas a todos –a los que pueden afrontarlos, a los que pueden menos y a los que no pueden pero ya se verá– da una idea del lío en que estamos metidos. Pero a nadie debería sorprenderle, pues así es como únicamente puede funcionar el capitalismo financiero: mediante el crecimiento basado en el endeudamiento permanente, y los que vengan después ya se las arreglarán.

### **Un panorama desalentador pero modificable**

Vistas las soluciones de nuestros gobernantes y la difusión acrítica de todas ellas por parte de nuestros medios de comunicación se hace evidente que, convergencia de intereses a parte entre sistema financiero y mediático, a lo que asistimos hoy esencialmente es a una gran desorientación de periodistas y políticos. Hasta el punto que se toma la consecuencia por la causa y la causa se pierde en el limbo del caos de teorías, políticas y opiniones. Así, es habitual leer o escuchar en los medios de comunicación que la actual crisis económica es producto de la crisis financiera y que ambas provocan la crisis de grandes entidades financieras, lo cual a su vez provoca innumerables problemas sobre el resto de la economía (empezando por aquellas industrias más dependientes de que el crédito y el consumo no se frene, como es el caso de la construcción inmobiliaria o la automovilística).

Lo cierto es que, si bien la crisis económica es fruto de la financiera, esta última también tiene causas y estas causas son precisamente aquello que muchos medios de comunicación nos venden equívocamente como sus consecuencias: esto es, los grandes bancos de inversión e hipotecarios rescatados por el sector público o privado estos últimos meses no son víctimas de ninguna crisis sino que ellos mismos –como docenas de intermediarios financieros corporativos, brokers,

consultores y gobiernos con políticas económicas neoliberales– son los causantes de la crisis del sistema financiero (exactamente como ha sucedido en ocasiones anteriores). Su codicia y ambición, su creencia irracional en la posibilidad de un crecimiento ilimitado y la amnesia histórica de todos ellos, que les impide recordar a donde nos ha llevado siempre codicia, ambición y fe ciega, es lo que nos ha conducido hasta donde nos encontramos hoy. Todo ello, por supuesto, con la colaboración de una ciudadanía también muy desorientada –educada en los valores del individualismo acérrimo que exige rentabilidad máxima para los ahorros y patrimonio propios, sin atender a si esa multiplicación puede hacerse sobre bases éticas y sostenibles– y una clase empresarial corta de miras –a menudo con una existencia basada en promover el consumo de recursos finitos que deberíamos gestionar con suma inteligencia en lugar de derrochar desatinadamente.

Un panorama el que tenemos por delante, pues, desalentador y en el que buscar a los culpables es de justicia, pero sin olvidar que esa nunca puede ser la única meta. El objetivo debe ser mucho más ambicioso: es preciso cambiar las reglas de funcionamiento de la gestión, explotación y distribución de los recursos a nivel planetario. Empezar por plantear límites al crecimiento (económico y poblacional) así como límites a la propiedad es el único inicio posible para construir algo parecido a un futuro mejor. En este contexto, los medios de comunicación, los actores con mayor potencial para impulsar el cambio, deberían ser de los primeros en ser liberados de la dictadura del mercado, del yugo del ánimo de lucro, esa ceguera acumulativa material que proporciona satisfacciones efímeras a unos pocos e infelicidad permanente a todos.