

LÍMITES Y RAZONES DE LA MANIPULACIÓN MEDIÁTICA EN DEMOCRACIA.

Por Víctor Francisco Sampedro Blanco
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

En este ensayo me propongo, en primer lugar, repasar varios tópicos sobre la democracia, para descubrir el requisito mínimo de esta forma de gobierno. Dicho requisito reside en su capacidad para denunciar en público la mentira de los gobernantes o de quienes pretenden serlo. A continuación, señalaré las dificultades de los medios de comunicación y del periodismo convencional para cumplir dicha misión. En España el imperio de la lógica económica y las dependencias políticas de las empresas informativas podrían estar favoreciendo los intentos de manipulación de la opinión pública; por otra parte, inherentes a toda forma de comunicación política. Recurriendo a trabajos previos sobre la información acerca de los atentados del 11 de marzo de 2004 (Sampedro, 2005a), intentaré señalar el riesgo de que el sistema político-informativo español nos conduzca a gobiernos basados en “el arte de la mentira política”, uno de cuyos tratados más célebres fue escrito en el XVIII y atribuido a Jonatan Swift¹.

1. Tópicos, línea de flotación y calidad de la democracia.

Acostumbramos a afirmar que la democracia es el gobierno del pueblo, para el pueblo y por el pueblo. Cuando la examinamos de cerca, la verdad de esta frase resulta decreciente (Sampedro, 2000).

¹ The *Art of Political Lying* fue publicado en Amsterdam en 1733, en traducción francesa firmada por J. Swift, aunque en realidad fue escrita por John Arbuthnot. Para una reciente

La expresión *el gobierno del pueblo* resulta una redundancia, una tautología. Todo gobernante, incluso un autócrata, existe porque gobierna al pueblo. Cuando el coronel no tiene quien le escriba o el cacique se queda sin clientes, han dejado de serlo. Es obvio que, sin pueblo al que representar y administrar, nadie puede atribuirse el papel de gobernante.

Cuando afirmamos que la democracia es *el gobierno para el pueblo*, será cierto en la medida en que se cumpla la definición de Aristóteles en *La Política*. La democracia es el gobierno de los pobres: “cuando ejercen el poder en virtud de la riqueza, ya sean muchos o pocos, es una oligarquía, y cuando lo ejercen los pobres es una democracia” (s. IV antes de Cristo).

O podríamos recurrir al tan denostado Robespierre, quien el 10 de mayo de 1793 señalaba que: “La primera ley social es la que garantiza a todos los miembros de la sociedad los medios de existencia”. Así, la democracia será el gobierno para el pueblo en la medida que satisfaga las necesidades de la mayoría de la ciudadanía; es decir, si reparte bienestar colectivo al tiempo que favorece la autonomía personal de los ciudadanos. Ya es más dudoso, entonces, que las democracias actuales cumplan este fin. El economista estadounidense Robert Frank ha demostrado que el 1% más rico de EE.UU. acaparó el 70%, siete de cada diez dólares, generados como riqueza desde los años 70 del s. XX. No parece, por tanto, que el pensamiento democrático ateniense o la revolución francesa conserven su aliento en las democracias de hoy en día².

edición española puede consultarse Jonathan Swift. 2006. *El arte de la mentira política*. Madrid: Sequitur.

² Citas tomadas de Daniel Raventós. 2003. “Democracia” en *Contra la afonía*. Carlos López Lera y José Ignacio Fernández de Castro (coords.) *Contra la afonía. Breviario urgente para recuperar el lenguaje robado*. Gijón: Las Otras Caras del Planeta.

Finalmente, podríamos cuestionar que la democracia sea *el gobierno por el pueblo*. Lo desmienten los sistemas representativos que conocemos, ya que *únicamente* cada cierto tiempo nos convocan *sólo* a confirmar o cambiar de gobernantes. Lo cual, aunque parezca poco, representa un adelanto considerable. La renovación plebiscitaria de las elites supone un enorme progreso civilizatorio. Ya no precisamos recurrir al magnicidio, ni depender de los ajustes de cuentas o la sucesión violenta de las oligarquías, ni justificar magnicidios e insurrecciones populares. La democracia no niega el conflicto; es más, lo alienta en forma de debate racional e intenta canalizarlo, haciéndolo fructificar en consensos, mayorías y coaliciones. En democracia el voto no se mancha de sangre y la derrota supone el compromiso de aceptar al ganador, pagarle impuestos y acatar su monopolio legítimo de la violencia, aunque esté en las antípodas de lo que sostenemos.

Ahí, precisamente, reside la supremacía ética de la democracia sobre las otras formas de poder: en el repudio absoluto de la violencia como mecanismo para acceder al poder. Frente al grito nihilista (origen de todos los fascismos) de “Viva la muerte”, los muchos Unamunos que han existido nos recuerdan que la democracia vence y convence en las urnas y, antes de la votación, en el debate público que le precede.

Otro tópico, si cabe más manido, resulta del todo cierto. La democracia es el menos malo de los sistemas de gobierno ensayados hasta ahora. Lo que no excluye, sino que nos exige preguntarnos por la calidad de nuestra democracia. Según lo expuesto hasta ahora, el desarrollo democrático requerirá que el máximo número de ciudadanos alcance los niveles de bienestar general, condición necesaria para que puedan debatir y competir públicamente por alcanzar el poder. De hecho, las democracias se consolidan en la medida que aseguran unos beneficios económicos al conjunto de la sociedad y, garantizando esas cuotas de prosperidad, alimentan – nunca mejor

dicho - una cultura política que confía en la legitimidad de su sistema representativo (Maravall, 1995).

En buena lógica, toda crítica a la democracia existente debiera dirigirse a profundizarla y hacer más real ese gobierno para el pueblo y por el pueblo. Quede claro que la democracia no se agota en las votaciones; porque la legitimidad de sus resultados dependerá de que le preceda un proceso de deliberación y competición que en verdad sea abierto, plural y competitivo. Cuantas más opciones, más diferentes y menos monopolios existan a la hora de desarrollar las libertades económicas y políticas, más democracia y de mejor calidad. Los fraudes o manipulaciones anti-democráticas parten siempre de la exclusión de los adversarios, la imposición de propuestas monolíticas planteadas sin alternativa posible y en los monopolios de facto que pesan sobre el debate público.

Quisiera aclarar, antes de proseguir, que no estoy propugnando una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones y la gestión pública. No apelo a los ciudadanos en su condición de agentes políticos en su ámbito familiar o escolar, en la comunidad de vecinos, el puesto de trabajo, las organizaciones de barrio o la gestión municipal. La reflexión que propongo tampoco exige nuevos diseños constitucionales ni institucionales, y mucho menos tomar las calles o los palacios de invierno.

Les sugiero que abracemos los supuestos más pesimistas sobre el ser humano, y de los que con frecuencia se han derivado las propuestas políticas más conservadoras. Aceptemos, como dicen algunos los científicos sociales de orientación economicista, que sólo nos interesa subjetivamente (como sujetos) la política en la medida que tenemos un interés objetivo (que nos va algo personal en ella). Somos seres egoístas y perezosos. En consecuencia,

prestamos una atención parcial y esporádica a aquello que no nos afecta (o, mejor dicho, que creemos que no nos afecta).³

Aún así, sin medios de comunicación que no atienden a ningún interés colectivo y sin instituciones que incentiven nuestra participación, podríamos vivir en democracia, tan sólo votando cada cuatro años. Pero, como señalé antes, la legitimidad del resultado plebiscitario no estriba en la existencia de listas electorales diferentes, sino en la calidad del debate social, de la deliberación institucional y ciudadana previa al sufragio. Una vez más, el Parlamento político y el parlamento de papel (como se ha denominado a la prensa) han de ser abiertos, plurales y competitivos. Precizando aún más, la única garantía de que esto sea así, es que el diálogo colectivo, que alcanza su clímax en campaña electoral, cumpla, al menos, tres funciones muy concretas. Sin estas premisas, la votación es un fraude; los resultados, una mascarada; y la comunicación política, un ejercicio constante de manipulación.

Esas tres condiciones de la democracia son: 1) Que sea posible identificar la mentira o el error. 2) Que se expulse al embustero y al incompetente de la esfera pública; es decir, que sea privado de la legitimidad para dirigirse a nosotros en nombre de nuestros intereses. Y 3) que quien se dirija a los electores no sea un muñeco de paja, una marioneta dirigida por intereses ocultos. En fin, la votación será legítima en la medida en que los candidatos sean seleccionados tras el esfuerzo personal y de sus correligionarios para aportar razones ciertas, razonamientos lógicos y pruebas fehacientes de su valía (Lupia y McCubbins, 1998).

Insisto, estoy citando a la ciencia política más conservadora, basada en una concepción antropológica pesimista, que sólo concibe individuos que

³ Algunas referencias ineludibles de la teoría de la agencia (o de la representación política), basada en la acción racional según principios económicos, véase Downs, 1957; Ferejohn y

sopesan costes y beneficios; que se ocupan de los asuntos públicos, de alguien más allá de sí mismos cuando les “salen las cuentas”. Bajo esta perspectiva, no necesitamos que los medios de comunicación se conviertan en enciclopedias online, ni que los periodistas actúen como científicos sociales o los votantes como politólogos. En realidad, sólo se requiere que los periodistas y los contendientes políticos nos revelen quien se equivoca, quien nos miente o falta a la verdad. Para eso les pagamos, por eso cobran y con eso basta. No precisamos que nos cuenten la verdad moral, filosófica u ontológica de los dilemas que afrontamos. De hecho, estos planteamientos nos alejarían de las urnas, porque convertirían la jornada de reflexión en un examen de conciencia con penitencias insufribles o, en su versión laica, en una prueba de selectividad. Además, ¿quién fijaría el aprobado, la nota de corte de los ciudadanos con el conocimiento político y la autoridad moral necesarios para votar?

Debiéramos llegar a unas elecciones teniendo claro quién miente, quién ha metido la pata y qué grupos de interés están detrás de cada candidato. Nosotros no podemos ocuparnos de si ETA actuó el 11-M, si el Ministerio de Ángel Acebes pudo haber hecho algo más para evitarlo o si hubo una conspiración para desalojar del poder al Partido Popular. No contamos con recursos suficientes para descubrirlo. Con sobrevivir, afectados por aquella tragedia y amenazados por su posible repetición, ya tenemos bastante. Además insisto, a diferencia de los políticos y los periodistas profesionales, no cobramos por participar en la esfera pública. Al contrario, hacerlo supone un coste considerable; cuando no económico, sí para nuestros compromisos laborales y familiares, mucho más apremiantes para cualquiera de los mortales que ocuparse de los asuntos públicos.

Esta es la línea de flotación de la democracia: contar con un sistema político-informativo en el que la mentira, antes o después (en todo caso, mucho antes que en otros regímenes) acaba por salir a la superficie. Apoyamos la democracia porque es el régimen que abre los debates más libres, plurales y competitivos; y, porque en términos prácticos, resulta la forma de gobierno que mejor y de modo más incruento permite abordar el cambio y el desarrollo colectivo. Es la línea de flotación trazada incluso por los teóricos más conservadores e indiferentes hacia lo social. No invocamos siquiera el gobierno de los pobres, como Aristóteles. La condición de existencia de la democracia es que identifique la mentira y la incompetencia, que condene al embustero y al inepto, y exigirle a cualquiera que nos quiera gobernar el esfuerzo de que se someta al juicio de la razón y aporte las pruebas su valía.

2. El periodismo: de filtro a altavoz de la manipulación

El periodismo, tal como hoy lo entendemos, nació para aportar un filtro independiente del debate democrático. Fue concebido como el “cuarto poder” que no quería poder: ni gestionar recursos públicos, ni dictar leyes, ni condenas. Precisamente porque debía actuar como puro contrapoder del Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Su labor residía en interpelar a esos tres poderes en un doble sentido. En primer lugar, denunciando ante el pueblo (es decir, en público y no con conspiraciones y purgas palaciegas), las falsedades y los excesos de los poderosos. En segundo lugar, debiera aportar a la ciudadanía la información suficiente para que formulase su interés colectivo y se autodeterminase: se diese gobierno y se gobernase; es decir, construyese democracia.

Sin embargo, la conversión de los medios informativos en industrias centradas en el lucro desmiente su potencial como contrapoder democrático. No resulta concebible ganar unas elecciones sin el apoyo de los grupos

mediáticos dominantes, como tampoco resulta factible desarrollar un grupo multimedia sin recibir los favores políticos del gobierno de turno⁴. A continuación señalaré algunas de las limitaciones económicas y de las dependencias políticas que pesan sobre los medios convencionales.

Por medios convencionales entiendo, en este escrito, aquellas empresas informativas de carácter generalista, que, ante todo, buscan maximizar sus beneficios mediante la publicidad, el pago, abono y/o suscripción de receptores. No priorizan, por tanto, actuar como plataformas de expresión de un público que ya existe. Es decir, no están al servicio de un agente autónomo que expresa sus demandas y valores en clave colectiva y al que movilizan en su defensa (Dayan, 2001: 746). La prensa política - hasta que se constituyó en empresa lucrativa - servía al interés público; expresaba, contraponía los intereses de distintos públicos con el objetivo de aunarlos en un interés común. Pero a finales del s. XIX y a lo largo de todo el s.XX las empresas de información cambiaron de objetivo. A partir de entonces atraerían el interés (entendido como atención, curiosidad) de las grandes audiencias; primero, hacia el propio contenido mediático y, después, hacia la publicidad. A partir del último tercio del s.XX los sistemas de medición de audiencia y los nuevos medios (la televisión por cable y, como ejemplo más reciente, las plataformas digitales de pago) permitieron detectar los nichos de receptores más lucrativos.

Si examinamos con detenimiento este proceso, al contrario de lo que usualmente se mantiene, la lógica económica (sobrepasado el objetivo de la autosostenibilidad) no favorece la calidad de periodismo, sino que lo precariza como labor profesional y supedita su función a los intereses empresariales; primero, los propios de la empresa informativa y, después, los ajenos (de los publicitarios). De igual modo, la autonomía periodística respecto del poder

4 Véase la tesis doctoral del Nuria Quintana Paz: *Alineamientos políticos y mediáticos. De la transición hasta la victoria del Partido Popular*. Dirigida por Víctor Sampedro y defendida en la

político no ha aumentado al hilo de los beneficios empresariales. Para que estos sean sustanciosos se necesita un marco legal favorable y concesiones administrativas que sólo pueden conceder los partidos gobernantes.

2.1. Del público a la audiencia y del servicio público al negocio.

Creo urgente revalorizar el periodismo, señalando que el alcance de esta profesión no se mide en términos de grandes audiencias; sino en la doble función que ejerce en la esfera pública: desmentir al poder ilegítimo y plantear, en términos democráticos, una deliberación pública sobre los intereses y el devenir colectivo. Un buen periódico, se decía en la época dorada de la prensa de prestigio, no es más que un país que dialoga consigo mismo.

Más que contar la verdad, el periodismo puede y debe desmentir al poder, forzándole a abandonar el búnker en el que siempre tiende a instalarse para blindarse del control y la presión social. El poder corrompe, sostiene otro tópico muy extendido, añadiendo que el poder absoluto corrompe absolutamente. Esta sentencia ocupa el estatus de una de las pocas leyes de la ciencia política, “la ley de hierro de las elites”, formulada por Michels (1915). El periodista del pensamiento ilustrado o el *muckraker* – el periodista de denuncia e investigación - del New Deal actuaron como arquitectos y urbanistas de la esfera pública democrática. Transformaron las residencias del poder (los palacios reales y las residencias presidenciales, primero, las fábricas y sedes corporativas, después) en casas de cristal; erigieron ágoras en redacciones que, de este modo, funcionaban como plazas públicas para el control colectivo del poder.

En los siglos XVIII y XIX, pero ahora quizás más, alcanzar la verdad y transmitirla casi en tiempo real resulta una tarea imposible. Los periodistas se

enfrentan a diario a mil cuestiones, con mil ramificaciones y mil fuentes pertrechadas con gabinetes de prensa y *spin doctors* dispuestos a recetar dosis letales para la verdad; aplicando el marketing, la propaganda y las campañas mediáticas permanentes. Los mayores recursos y las más sofisticadas estrategias comunicativas acabaron siendo acaparados por los actores sociales con mayor poder. Estos, sobre todo a partir de mediados del s. XX, entendieron que la cooperación, el suministro de información pre-fabricada y el intercambio de favores eran las vías más efectivas para lograr una visibilidad pública favorable. La simbiosis de intereses entre el poder y los medios convencionales resultaba más beneficiosa que el control basado en el enfrentamiento mutuo.

Cualquier periodista con un mínimo de mesura y sentido del ridículo jamás afirmarí­a: “Así han fueron las cosas y así se las hemos contado”. En todo caso, reconocería que así nos contaron las cosas las fuentes que hemos consultado, que además coinciden con las más burocratizadas y, por tanto, más previsibles. Y añadiría que frente a los hechos (sólo los que han sido validados como ciertos) ustedes deciden: estos mienten, estos son los incompetentes. Antes se coge a un mentiroso que a un cojo. No necesitamos, por tanto, plusmarquistas. Y en el contexto actual podríamos afirmar que nos sobran estrellas de la comunicación y nos faltan periodistas.

Además de detectar la mentira la segunda misión de un periodista, de una reportera, consiste en transmitir al gobernante el interés de los gobernados, representar los intereses colectivos más amplios y más desfavorecidos, a los muchos que no tienen nada; en fin, a los pobres que debían gobernar en democracia, según Aristóteles; ya fuesen mayoría o minoría, tal como precisaba el preceptor de Alejandro Magno.

Pero mis alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos no se creen llamados a esta alta misión. La primera semana

de prácticas constatan que la cartera de publicidad y los aliados políticos del medio marcan su trabajo; que, en realidad, consiste en venderles la atención de la audiencia como potenciales consumidores y votantes. No ven al público (de hecho, saben muy poco de sus receptores). Sólo perciben a la sociedad como cuotas de audiencia, identificadas y segmentadas, además, por su capacidad y patrones de consumo.

Los medios convencionales, que viven de publicidad (y que ya ingresan más por este concepto o por sus cotizaciones en bolsa que por ventas), definen su línea editorial y contenidos primero según las exigencias de los anunciantes; y sólo después por unos usuarios identificados apenas como porcentajes de mercado, pantalla y antena. Es lo que se conoce como *market-driven journalism*, el periodismo conducido por y hacia el mercado; una etiqueta que no tiene nada de ideológica y que cuenta con apoyatura empírica contrastada (McManus, 1997).

En ese periodismo convencional la ciudadanía se encuentra en una posición desfavorable, frente a las presiones de la publicidad y los intereses de las corporaciones mediáticas. Entiendo a mis alumnos: perciben antes la retirada de un cliente publicitario importante o un recorte de plantilla que un descenso de audiencia, siempre justificable o incluso preferible... si la cuenta de resultados "sale a cuenta". Por ejemplo, se acota el target publicitario a los sectores con mayor capacidad de consumo; convirtiendo las clases medias en el único referente social y a las altas en el modelo a imitar o con el que sublimar nuestras precarias existencias. Olvidar a la audiencia que no tiene capacidad de consumo resulta rentable; garantiza a los anunciantes un nicho de mercado más lucrativo.

Como paso siguiente, la máxima del lucro (mucho beneficio y a corto plazo) condiciona la inversión en contenidos según el nivel de ingresos y

gastos de la audiencia. Las pautas de consumo establecen la dieta de información que se les ofrece. A quienes no perciben siquiera el salario mínimo les corresponde la información menos relevante en términos políticos, la ficción más pobre. ¿A qué me refiero? Intenten seguir la política nacional e internacional a través de la programación televisiva destinada a las amas de casa. O pregúntense por qué en verano la parrilla de televisión parece un erial devastado. Porque ante ella sólo acuden los niños y adolescentes, los viejos que no han podido escapar de ella, los que no tienen ni para irse de veraneo. Quizás crean que este es un sector insignificante en España; pero, según la encuesta del INE de 2005, cuatro de cada diez hogares españoles no pueden irse de vacaciones fuera de casa ni una semana⁵.

En última instancia, constatamos que el periodismo ha dejado de ser el canal de visibilidad, expresión y demanda de los intereses sociales más desfavorecidos. Habiendo renunciado a ello, pretende algo más simple: captar el interés, llamar la atención de las audiencias más numerosas o con mayor capacidad de compra (en su defecto, los restos que queden) para ofertarlas a los anunciantes. Esa es su moneda de cambio, establecida a modo de tarifa publicitaria. ¿Cuántas pantallas de televisor hay encendidas en este canal, a determinada hora? ¿Cuántos ejemplares se han vendido o distribuido, aunque sea de forma gratuita? ¿Con qué impacto publicitario? Nada más. No importa cuánto nos identificamos con los relatos y los problemas ahí representados. Ya es bastante complicado informar y encima ganar dinero: mucho dinero y, además, a corto plazo. Para cerrar el círculo, la perentoriedad de alcanzar los más altos beneficios desincentiva nuevos formatos y contenido; sobre todo, para aquellos que menos tienen y que menos saben. ¿Se entiende ahora el porqué de los *talk shows* y los noticiarios de crónica rosa o roja, en aquellas horas en las que sólo están frente al televisor las amas de casa? ¿Y por qué cada agosto tenemos un verano azul?

⁵ *La Vanguardia*, 29 de noviembre de 2006, pp. 33 y 34.

En lugar de lamentarnos, seamos realistas. Aceptemos estas obviedades que he señalado y saquemos las conclusiones lógicas. Los medios se han convertido en fines en sí mismos; no son los nervios de la democracia, sino las venas del capitalismo. Lo cual no resulta criticable en modo alguno, si pretendiesen algo más que eso: actuar como vías para potenciar la propia empresa y dinamizar la economía. Los medios de comunicación abren nuevos mercados, relacionan productores y consumidores, identifican y crean nuevas tendencias y demandas. Todo ello resulta positivo sin duda alguna. Pero de forma absurda se acepta que cuantos más beneficios obtenga un medio, más independiente y más crítico puede mostrarse ante el poder. ¿Quién es más libre de hablar? ¿Quién no tiene nada que perder o quién no puede permitirse una mala jornada en la Bolsa? ¿Quién se autocensura antes? ¿El medio de comunicación que se contenta con ser viable, anteponiendo los intereses de su público específico, o el que no se puede permitir que su cotización baje?

El dilema de fondo es: ¿cumplimos con el público o con nuestros accionistas? Los gestores de la comunicación lo tienen claro: hay que reducir plantillas y costes. En tiempos de segmentación creciente del mercado, es preciso maximizar beneficios, no audiencias. Pero reparemos en que cuando el periodismo renuncia a abarcar a todo el cuerpo social, sólo busca clientes. No sólo no forma ciudadanos, sino que los deforma como meros consumidores. Porque para que el negocio publicitario funcione esos consumidores han de ser insaciables televidentes y sus deseos de consumo, insaciables. Los medios de comunicación convencionales, por tanto, no funcionan ya como medios de movilización ciudadana (que reduciría las cuotas de audiencia) ni plataformas donde siquiera pueda plantearse de forma coherente un consumo responsable y un desarrollo sostenible.

2.2. De los intereses económicos a la dependencia política.

Cuando la información se concibe como mercancía es preciso reciclarla, explotarla con el máximo retorno. De ahí que los medios convencionales, concebidos como fines en sí mismos, tiendan de forma inevitable a transformarse en corporaciones multimedia. La integración horizontal y vertical en economías de escala (gran escala, global si cabe) explota en todos los formatos, en todas las “ventanas de exhibición” posibles, los mismos contenidos. Contar con empresas radiofónicas, televisivas, periodísticas y digitales; que además abarquen los ámbitos local, nacional y global, permite hacerse con los contratos publicitarios más jugosos. Ahora bien, sólo resulta factible construir un grupo multimedia con los favores legales que conceden los gobiernos.

Las consecuencias lógicas de las premisas anteriores son dos y contribuyen a una mayor vulnerabilidad mediática ante los intentos de manipulación. Por una parte, se homogeneiza la información disponible y, por otra, su flujo está condicionado por la rentabilidad política que pueda proporcionar. De modo que lo que oímos adormilados por la mañana en la radio, es muy semejante a la primera plana del periódico del mismo grupo, casi idéntico a los titulares de los telediarios en abierto o en codificado, en las cadenas estatales y locales, en las webs de dichos conglomerados mediáticos... Y, por fin, de nuevo en la cama, nos arrullan los mismos mensajes en boca de los tertulianos noctívagos. El resultado es un flujo informativo que en gran medida siempre parte y finaliza en los comunicados de las fuentes oficiales. ¿Reconocen esta dieta monocorde?

Hagamos un poco de memoria e intentemos aplicar lo dicho a un ejemplo de cómo los medios convencionales, guiados exclusivamente por criterios de mercado, resultan susceptibles de convertirse en plataformas para manipulación. Decíamos que se supone que los periodistas detectan y

denuncian las mentiras, separan el grano de la paja. Y si no lo hacen, avalan los infundios que retransmiten. Es decir, desaparece la posibilidad misma de la democracia, no ya como el gobierno de los pobres, sino siquiera como ritual plebiscitario cada cuatro años. Esto fue lo que casi ocurrió antes de las Elecciones Generales de 2004, cuando entre el 11M y el 14M “colapsó la esfera pública” (Sampedro, 2005a). Sólo los terroristas decían la verdad fáctica: la autoría yihadista del atentado, de la que existía constancia el mismo día 11 de marzo por la tarde. Se rompió ese colapso saliendo a la calle el 13M a denunciar la desinformación, justo antes de votar, viéndose forzada la ciudadanía a desobedecer la ley para salvar la democracia.

La denuncia pública de la mentira no la hizo ni un solo editorialista o columnista de los principales medios de este país con alcance estatal. El colapso democrático no fue consecuencia sólo de la desinformación practicada por el Gobierno de entonces. Las mentiras prudentes y los silencios cómplices de la casi totalidad de la prensa y los medios convencionales – españoles, no extranjeros, claro - se debieron a presiones oficiales, sumisiones y clientelismos vergonzantes; pero también a la falta de profesionalidad y a la precariedad con las que se trabaja en los medios. Consideremos dos síntomas escalofriantes de esto:

- El 11M ninguna televisión, ninguna radio tenían previsto un protocolo de emergencia para hacer frente a un atentado masivo. Atentado que, sin embargo, anunciaron desde enero de 2004 – es decir, durante tres meses – cuando se filtró la entrevista de Carod con ETA; señalando ya Madrid como posible escenario de un atentado tras darse a conocer “la tregua catalana”. Según las declaraciones de sus responsables, las radios y las televisiones empezaron a cubrir el evento con los recursos y equipos propios de un tema de la sección de local, madrileño. ¿Y qué medidas tomaron después?

- El 13-M, el día de reflexión electoral, según un redactor de *El País* cuyo nombre no puedo citar, el “diario independiente de la mañana” no cubrió las movilizaciones en la calle Génova con un reportero propio, porque aquella tarde sólo estaban en la redacción los becarios y el responsable de cierre de la sección de nacional.

Creo no exagerar calificando de irresponsable enfrentar la amenaza constante de una catástrofe sumando imprevisión profesional y precariedad laboral⁶. Y debiera indignar a cualquier demócrata la indiferencia periodística que ha permitido desdibujar o presentar como manipulación partidaria la primera (y esperemos que última) movilización de desobediencia civil en una jornada electoral.

La credibilidad de los medios era el baremo empleado para distinguir la prensa respetable de la “amarilla” (Hallin, 1994). Pero hoy en día dicha frontera resulta cada vez más borrosa; no sólo por la proliferación de géneros mixtos, como el infoentretenimiento, que mezcla códigos y contenidos. De forma creciente, noticias, divertimentos y publicidad conforman una amalgama de mensajes indiferenciados; pero que tienen estándares de credibilidad muy diferentes. Además, los propios medios se erigen en gestores de su prestigio con un grado de autonomía casi total. Ante la ausencia de organismos de regulación pública o de autorregulación profesional y la inexistencia o invisibilidad de foros críticos independientes, los medios españoles administran su propio capital de credibilidad. El 13M, incluso en una situación de crisis, *El País* no desplazó ningún corresponsal en las calles de Madrid para maximizar beneficios. Pero también para que no recordásemos la falsedad de sus titulares en los dos días anteriores.

⁶ La situación referida antes se volvió a producir en la principal cadena de radio, la SER, que cubrió el atentado con el que ETA rompió su tregua el 30 de diciembre de 2006 en la Terminal 4 de Barajas. Según el testimonio de una alumna la cobertura fue realizada casi exclusivamente por becarios.

Las cibermultitudes que se autoconvocaron en grandes números en casi todas las capitales de España denunciaban con su presencia en las calles que los informadores no habían cumplido bien su trabajo⁷. Olvidar el 13M también sirve para salvar una credibilidad profesional que a duras penas se sostiene desde entonces⁸. ¿Quién compraría *El País* el día 12, 13, 14... sabiendo que el titular original de su edición especial del 11 de marzo, “Masacre terrorista en Madrid”, había sido reemplazado por “Masacre de ETA en Madrid”, tras la llamada personal que el presidente Aznar realizó al director. Para minimizar el descrédito, estos entresijos no serían revelados por Jesús Ceberio hasta dos semanas después⁹. Obviamente, el Defensor del Lector, nunca señaló que se habían ignorado al menos tres condiciones estipuladas por el *Libro de Estilo* del diario para citar una fuente como válida (Sampedro, 2005a: 239-240).

Los trabajadores de los supuestos medios de la oposición estaban tan precarizados que nos vendieron o nos dejaron vendidos al mejor postor. También sus empresas se jugaban las licencias de emisión que representan la última frontera de expansión mediática: las televisiones locales y digitales, que fueron adjudicadas en una de las primeras medidas adoptadas por el nuevo Gobierno. Consecuencia de todo ello, antes de las elecciones los medios convencionales nos convocaron durante 24 horas a repudiar el terrorismo (sí, también la cadena SER, pero no a la calle Génova), amparados en el coro institucional más unánime que jamás se haya visto al frente de una manifestación.

⁷ Según cálculos conservadores, los manifestantes superaron los 20.000 ante las sedes del PP en casi todas las capitales de provincia, y alcanzaron números aún mayores en las principales vías públicas - unas 50.000 en la Glorieta de Atocha a las 2:00 del 14M (Sampedro, 2005a: 248).

⁸ Véase el Informe Anual de la Profesión Periodística, 2006, de la Asociación de la Prensa, disponible en http://institucional.apmadrid.es/laapm/pub_anuar_estadistico.aspx

⁹ Véase *El País*, 27 de marzo de 2005, pp. 28-31.

El 12M casi once millones de españoles (Sampedro, 2005a: 172) repudiaron aquel atentado, constituyendo un auténtico *media event* (Dayan y Katz, 1992): un suceso que sería objeto de atención ineludible por los periodistas y que congregó a toda la sociedad ante las pantallas. Así se escenificó un ritual de luto, necesario en un contexto de dolor, desconcierto y miedo; pero imponiendo una pancarta de claro mensaje electoralista¹⁰. Al día siguiente, la jornada de reflexión, todos los medios representaron la solidaridad con “las víctimas”, movilizada “por la Constitución” y “por la derrota del terrorismo” (entonces, etarra). Es decir, el periodismo convencional sirvió de plataforma para amplificar el eje electoral del Partido Popular, que había basado su campaña en la unidad de España y en su eficacia para combatir a ETA.

Pocos de nuestros representantes políticos están libres de culpa. El Gobierno Tripartito catalán había arrancado la campaña electoral el 26 de febrero convocando a la ciudadanía con otro eslogan electoralista; pero en las antípodas ideológicas: “En defensa de la democracia, *el autogobierno de Catalunya* y la solidaridad con todos los ciudadanos: ETA no, ni aquí ni en ningún sitio” [énfasis añadido]. Y el Gobierno de la nación “cerró la campaña” en defensa de la Constitución, intentando crear una espiral de silencio (Noelle-Neumann, 1984): quien cuestionase los mensajes oficiales “politizaba” el dolor o colaboraba con “una intoxicación que forma[ba] parte de la logística del

¹⁰ Como prueba del electoralismo de la convocatoria, véase la coincidencia absoluta del eslogan con los temas destacados por el PP en la campaña de 2004 (Sampedro et al., 2006). En añadidura, cabe calificar la manifestación del día 12 como una irresponsabilidad: los autores de la mayor masacre jamás producida en Europa por el terrorismo estaban sueltos y dispuestos, como probaron después, a repetir otra matanza. Respecto a la insensatez de esta convocatoria considere el lector si recuerda algo semejante el 12S en NY o el 8J en Londres. Ni Bush ni Blair convocaron a la ciudadanía a “derrotar el terrorismo”, tercer lema de la pancarta de aquella manifestación. Los dos primeros eran el eje electoral del Gobierno del PP; el mismo que esgrimieron cuando pasó a la oposición: la unidad constitucional, defendida en las cinco manifestaciones de víctimas convocadas por el PP y la Asociación de Víctimas del Terrorismo.

atentado”¹¹. Por último, la masiva cobertura de la manifestación institucional del 12-M casi invisibilizó durante la jornada de reflexión el triple desmentido de ETA y la reivindicación del video de Al Qaeda (Sampedro, 2005a: 241).

Los profesionales del periodismo fueron reemplazados por los ciudadanos, que hacían suya la tarea por la que los primeros estaban cobrando. El 12M preguntaron “¿Quién ha sido?” Y el 13M exigieron “Saber la verdad, antes de votar”. Las declaraciones que recogimos en los doce grupos de discusión que realizamos entre quienes fueron convocados al 13M fueron unánimes. A pesar de su heterogeneidad, los que acudieron señalaban que dos motivos les movieron a salir a la calle: “Esta es la gota que colma el vaso” (sumada a las mentiras sobre el Prestige y la Guerra) e “Imagínate que gobiernan en estas condiciones” (mintiendo o callando sobre quienes eran los asesinos”, y referido tanto al PP como al PSOE). Es decir, existen límites a la manipulación. Los ciudadanos marcaron la línea de flotación de la democracia y, por sonrojante que resulte reconocerlo para todos nosotros, legitimaron el resultado del 14M (Sampedro, 2005a; Durán, 2005). Una valoración bien distinta merecen sus consecuencias sobre el debate público que se desarrolló desde entonces.

3. Del arte de la mentira política

Varios sucesos recientes y su deficiente cobertura mediática, plagada de embustes, confieren plena vigencia al “tratado de la mentira política” atribuido a J. Swift, que citaba al comienzo de este texto. Escribía en 1733 su verdadero

¹¹ En su llamada a Antonio Franco, director de *El Periódico*, el presidente Aznar afirmó: “No tengas ninguna duda, es ETA. Lo que dice Otegi es una intoxicación que forma parte de la logística del atentado”. (Rodríguez, 2004: 78). Y Ángel Acebes en su primera comparecencia como Ministro de Interior declaró: “Me parece intolerable cualquier tipo de intoxicación, que vaya dirigido por parte de miserables, a desviar la atención sobre el objetivo y los responsables de esta tragedia y de este drama” (Rodríguez, 2004: 86).

autor, John Arbuthnot (no en balde era el médico de la reina Ana): “la mentira política ha de ser efímera; le resulta imprescindible para poder ir ajustándose a las circunstancias, para avalar las dos partes en disputa, para adecuarse a todas las personas a las que ha de deslumbrar”. Nuestros políticos y periodistas han coincidido demasiadas veces en su interés por “deslumbrarnos”, en lugar de arrojar luz sobre temas cruciales para nuestra nación. El mayor desastre ecológico que hemos sufrido nunca en la Península Ibérica (Prestige) o las razones y el desenlace de la ocupación de Irak ofrecen dos ejemplos manifiestos y de manual¹².

Pareciese que la espiral de silencios y mentiras, lejos de desaparecer, inundase los procesos políticos más básicos para asegurar nuestro presente y futuro. El actual presidente de Gobierno, tardó nueve meses en afirmar que toda la información del Gobierno Aznar fue un intento de “intoxicación masiva”. Hizo estas declaraciones en su comparecencia ante la Comisión parlamentaria del 11-M en diciembre de 2006. La Comisión finalizó siete meses después sin haber abordado aquella gestión informativa y sin consenso alguno sobre cómo encarar la política antiterrorista.

Casi tres años después de haberse producido aquella masacre se sigue cuestionando la autoría islamista sin aportar prueba alguna con fundamento legal suficiente para que otros sospechosos que los salafistas y sus colaboradores españoles sean imputados en el sumario judicial. Quienes

¹² Sobre la cobertura del Prestige, véase Sampedro y López Rey (2006). Para un ensayo sobre el “entretenimiento desinformativo” sobre la Guerra de Irak pueden consultarse Sampedro (2005b) y para constatar la difusión mediática de las mentiras sobre el conflicto pueden consultarse dos Documentos de Trabajo que realizamos para el Instituto Elcano: “La visibilidad de España en la prensa internacional y la guerra de Irak”. GEAC (Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación). *Análisis del Instituto Real Elcano*. Nº 9/2004. <http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/400.asp>; y “11-M y 14-M en la prensa de referencia internacional: posicionamientos nacionales, alianzas continentales y coaliciones geoestratégicas”. *Documento de Trabajo del Instituto Real Elcano*. Nº 42/2004. <http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/130.asp>

siguen manteniendo que ETA actuó o pudo haber actuado el 11M debieran recordar algunos principios básicos, al menos de la cultural occidental. Como estableció Karl R. Popper, toda afirmación lógica debe resultar falsable: tiene que contrastarse con la experiencia. De modo que el conocimiento científico avanza manteniendo como ciertas aquellas hipótesis avaladas con pruebas. Y el Estado de Derecho establece que los tribunales de justicia son los únicos órganos competentes para dilucidar la consistencia y las consecuencias penales de las pruebas esgrimidas en un delito. Sobre estos pilares se erigió el concepto de objetividad periodística como filtro de la mentira y surgió el periodismo de investigación.

La misma falta de sustento empírico (datos y hechos corroborados por la experiencia) y de razonamiento lógico ha servido para mantener ciertas tesis tan graves como que la reforma del estatuto de autonomía catalán fue pactada con ETA; o que con ETA se ha convenido ya “un precio político” para que abandone las armas. La realidad las ha desmentido de forma contundente. El estatuto catalán sirvió de modelo para consensuar el nuevo estatuto andaluz, en un parlamento donde no existe ninguna fuerza política del “entorno” de ETA o que comparta sus objetivos secesionistas. Por último, si algo demostró de forma inequívoca el atentado del 30 de diciembre de 2005 y la reivindicación etarra posterior (aparte de la lógica criminal de ETA, siempre avalada por sus declaraciones y delitos) es que los terroristas no estaban alcanzando objetivo político alguno. Ni siquiera la benevolencia penitenciaria, legal y policial que exigen¹³.

¹³ ETA en su comunicado del 9 de enero de 2007 afirmaba: “A comienzos de 2006 vimos morir a los militantes Roberto e Igor en las cárceles de exterminio de España; ETA, sin embargo, en la consideración de que se daban condiciones políticas suficientes en Euskal Herria, generó un terremoto político al poner en marcha el alto el fuego de sus acciones. A cambio, sin embargo, el Gobierno de España se puso a la verificación del cese de las acciones. Se limita a publicar filtraciones sobre el proceso y las conversaciones. La presencia y la presión policial se extienden. Sigue vigente la Ley de Partidos, en contra de los principios jurídicos. Continúan siendo permanentes los ataques contra la actividad de la izquierda abertzale. La actividad

“La verdad (*aunque a veces tarde*) acaba prevaleciendo”, terminaba afirmando el tratado de la mentira política inglesa en el s. XVIII. El énfasis sobre el plazo temporal no es asunto en absoluto baladí. La clave de la calidad democrática de un sistema político-informativo reside en que sirve para denunciar la mentira cuando acarrea consecuencias sobre las disputas de poder existentes y, más aún, cuando se refieren a cuestiones tan vitales para la ciudadanía como las antes señaladas. Si nuestros representantes e informadores son incapaces de acordar de qué realidad hablan, difícilmente podrán gestionarla. Esa nación que dialoga consigo misma a través de sus medios de referencia podría desmembrarse antes de lo que algunos vaticinan; por falta de referencia, de sentido de la realidad. Y pareciese, al hilo de la argumentación aquí presentada, que en nuestro país algunos periodistas y sus fuentes políticas constatasen, ya no la impunidad de sus prácticas manipuladoras, sino su extrema rentabilidad.

Referencias bibliográficas

- Dayan, Daniel y Katz, Elihu. 1992. *Media Events. The Life Broadcasting of History*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Dayan, Daniel. 2001. “The peculiar public of televisión”, *Media, Culture and Society*, Vol. 23, pp. 743-765.

política, la actividad de los agentes populares es imposible en Euskal Herria. Han sido prohibidos más de cien actos, acompañados de multas, detenciones y palizas. La tortura, más de cien detenciones de manos de distintas fuerzas policiales, desde que ETA comunicó la detención de sus acciones. El mantenimiento de las medidas de excepción contra el Colectivo de Presos Políticos Vascos, la creación de la doctrina Parot, el secuestro de 185 presos políticos vascos y los que son recondenados para toda la vida. O la crueldad sin límites mostrada por el fiscal en el juicio contra Iñaki de Juana, al que han condenado a morir con la intención de utilizarlo como moneda de cambio. Esta es la crónica cruel de una estrategia de represión que no ha parado en ningún momento a lo largo de estos nueve meses. Por si fuera poco, el Gobierno español, encabezado por el ministro del Interior y el Fiscal General del Estado, se muestra arrogante al contar estos sucesos”.

- Downs, Anthony. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York: Harper y Row.
- Durán, Rafael. 2005. “La caverna del tiempo de crisis y elecciones. Del 11M al 14M en TVE”. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*. Vol.4, Núm.2., pp. 219-239.
- Ferejohn, J.A. y Kuklinsky, J.H. (eds) 1990. *Information and Democratic Processes*. Urbana: University of Illinois Press.
- Hallin, Daniel. 1994. *We Keep América on Top of the World. Television journalism and the public sphere*. Londres: Routledge.
- Lupia, A. y McCubbins, M. 1998. *The Democratic Dilemma. Can Citizens Learn What They Need to Know?* Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Maravall, José María. 1995. *Los resultados de la democracia*. Madrid: Alianza Editorial.
- McManus, John H. (1994) *Market-Driven Journalism. Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, CA: Sage.
- Michels, Robert. 1915. *Political Parties: A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*. New York: The Free Press.
- Mutz, D.C., Sniderman, P.M. y Brody, R.A. (eds.) 1996. *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1984. *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, Pepe. 2004. 11-M *Mentira de Estado*. Barcelona: Ediciones B.
- Sampedro, Víctor y López Rey, José. 2006. “Nunca Más y la cara oculta de la esfera pública: la visibilidad mediática de un movimiento social en un contexto de control de la información” en Eloisa Nos Aldás y María José Gámez Fuentes, *Medios y solidaridad: reflexiones en torno a la des/articulacion social*. Publicacions de la Universitat Jaume, Castellón, pp. 63-88.

- Sampedro, Víctor. 2000. *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.
- Sampedro, Víctor. 2005a. *13-M Multitudes online*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Sampedro, Víctor. 2005b. “Entretenimiento desinformativo: del espectro de Vietnam al espectáculo de Irak” *TELOS. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. Nº 64. Julio-Septiembre. Fundesco, Madrid, pp. 97-105.
- Sampedro, Víctor; Luengo, Óscar; Jerez, Ariel; Saperas, Enric; Benavides, Juan; Canel, María José; Echart, Nazareth y Villagra, Nuria. 2006. “Agendas electorales y televisivas. La cobertura de la campaña de marzo de 2004 en las televisiones públicas y privadas”. En Alfonso Vara, Jordi Rodríguez Virgili, Elena Jiménez Toledo y Montserrat Díaz Méndez (Eds.) *Cobertura informativa del 11-M*. Pamplona: Eunsa.

[Todas las referencias de Internet estaban activas a fecha de 12 de enero de 2007]