



Jeringas, agendas y silencios

El poder de los medios de comunicación.

JAVIER PRADERA

La capacidad de los medios de comunicación para influir sobre las actitudes y comportamientos políticos no es una materia que interese solo a los periodistas, tan proclives a los monocordes discursos autorreferentes y megalómanos en torno a su oficio. Desde hace tiempo las ciencias sociales tratan de probar algunas conjeturas sobre el poder de los medios de comunicación

para hacer cambiar de opiniones a la sociedad o para modificar las decisiones de los gobiernos. Tal vez el examen desempeñado por la prensa española en la deslegitimación del franquismo y el éxito de la transición democrática pueda ayudar a esa tarea.

Aunque los periodistas suelen aducir que su misión es transmitir las preocupaciones y las inquietudes recibidas previamente de la sociedad, el tráfico principal en esa vía de doble dirección por la que circulan las influencias recíprocas marcha hacia la opinión pública y procede de las redacciones. El estudio de esa asimetría cobró mayor interés desde que los medios de comunicación pasaron a jugar un decisivo papel en el funcionamiento de las sociedades democráticas y se convirtieron también en eficaces instrumentos de adoctrinamiento y propaganda de los regímenes dictatoriales. En el tránsito del siglo XIX al XX, una pujante prensa popular multiplicó en Estados Unidos y en Europa el área de influencia de los periódicos. Las innovaciones tecnológicas (la rotativa, la linotipia, el telégrafo, el teléfono, la electricidad y el fotograbado), el crecimiento de las ciudades y la disminución del analfabetismo posibilitaron el surgimiento de un nuevo tipo de periódico de gran dinamismo, barato de precio, con muchas noticias y poco texto, imaginativamente compaginado, con abundante información gráfica, alta tirada y grandes ingresos publicitarios. A partir de la década de los veinte, la radio comenzó a competir con la prensa escrita; durante el periodo de entreguerras, los fascismos y los autoritarismos en ascenso utilizaron los medios de comunicación impresos y hablados como vehículos para el establecimiento o la consolidación de sus regímenes.

DEL MODELO HIPODÉRMICO A LA TEORÍA DE LA AGENDA

Tal fue el trasfondo histórico de la teoría hipodérmica o la teoría de la bala mágica, que concede a los medios de comunicación capacidad para modificar radicalmente las actitudes

políticas y las preferencias colectivas de los ciudadanos. Según ese enfoque, las sociedades industrializadas y altamente urbanizadas se hallan pobladas por individuos solitarios que han sido desarraigados de los grupos primarios propios de las antiguas sociedades rurales; en ese mundo atomizado, los medios de comunicación tendrían poder suficiente para adoctrinar propagandistamente (si se habla de política) o para imponer la adquisición de productos (si se trata de *marketing* comercial) a unos individuos aislados e inermes. La célebre dramatización radiofónica de *La guerra de los mundos* en 1938, que produjo una oleada de pánico en Nueva York, pareció avalar la tesis apocalíptica de la omnipotencia –para el mal– de los modernos medios de comunicación. Y tanto las profecías literarias al estilo del *1984* de Orwell como las prognosis sociológicas más pesimistas atribuían una eficacia avasalladora a la manipulación mediática de los sistemas totalitarios comunistas o fascistas. Esas visiones, sin embargo, extrapolaban indebidamente la influencia ejercida a corto plazo por la propaganda autoritaria y por la censura para extraer la injustificada conclusión de que su efecto era duradero e irreversible.

El *modelo hipodérmico* quedó seriamente averiado cuando la derrota del Eje en 1945 puso de manifiesto el débil enraizamiento en las sociedades alemana e italiana de las doctrinas fascistas inoculadas por la prensa y la radio durante largos años; el descubrimiento de que la eficacia de la ideología autoritaria no sobrevive al apagón de los altavoces de la propaganda oficial quedaría confirmado 40 años después cuando la quiebra de la Unión Soviética y de las llamadas democracias populares de Europa central y oriental arrastró en su caída a la ideología comunista. Durante los años cuarenta, por lo demás, las investigaciones de psicología social de Lazarsfeld y Berelson habían llevado ya a la conclusión de que los medios de comunicación ejercen una influencia limitada sobre las actitudes y comportamientos políticos. La avasalladora interpretación del

modelo hipodérmico fue sustituida, de esta forma, por la teoría del doble flujo de la comunicación, según la cual los mensajes de la prensa no operan de forma directa sobre la audiencia, sino que son mediados y filtrados por los grupos primarios y los líderes de opinión. Los mecanismos selectivos que gobiernan indefectiblemente la exposición, la percepción y la retención del material informativo por sus receptores hacen que la gente descarte o acepte los mensajes de los comunicadores en función de su dotación previa de actitudes.

Sin embargo, el abandono de las concepciones macro por las visiones micro no había tomado suficientemente en cuenta el nuevo fenómeno de la televisión. Las investigaciones posteriores de los expertos en comunicación han reconducido el péndulo, inicialmente desplazado de forma violenta desde la teoría hipodérmica hasta la teoría de los efectos limitados, para instalarlo en una posición equidistante de los extremos. En esa perspectiva, los psicólogos sociales recuerdan que los objetivos perseguidos por una campaña política o una campaña publicitaria (limitadas en el tiempo, dirigidas a audiencias específicas e interesadas por un solo efecto) no son lo mismo que las modificaciones de las actitudes a largo plazo o que el refuerzo del *statu quo*. Dentro de esos nuevos enfoques, las investigaciones sobre el establecimiento de la agenda (*agenda-setting*) de M. E. McCombs y D. L. Shaw concluyen que la prensa no tiene éxito al ordenar a sus lectores lo que deben pensar, sino al indicar en torno a qué han de hacerlo.

El gran rival de los medios de comunicación a la hora de fijar la agenda es, por supuesto, el poder político. Los gobiernos siempre tratan de instalarse en una posición predominante para trazar las fronteras del debate político permisible o imaginable; aunque los dictadores sean los maestros de esas tareas selectivas y censurarias, también los dirigentes electos de los sistemas democráticos trabajan para controlar el ámbito público de discusión. En última instancia, el poder aspira a reservarse el derecho a seleccionar

los temas y los problemas merecedores de figurar en la agenda, así como la facultad de establecer las prioridades y las jerarquías dentro de sus páginas. Esa dimensión –por así decirlo– positiva de la acción gubernamental para configurar el espacio político tiene como corolario negativo la exclusión de los asuntos cuyo conocimiento o debate el Gobierno desea hurtar a la opinión pública.

En competencia con el poder político, los medios de comunicación pugnan por enriquecer la agenda pública con nuevos problemas; esto es, llaman la atención de los lectores, oyentes o televidentes sobre aspectos de la realidad que el Gobierno esconde o margina. La teoría de la *tematización* de Elisabeth Noelle-Neumann, emparentada con las ideas de McCombs y Shaw, subraya que los medios no reflejan de manera pasiva a una opinión pública previamente existente, sino que son sus activos conformadores; la influencia ejercida por la prensa de forma sutil, indirecta y acumulativa puede llegar a configurar un clima de opinión, es decir, un conjunto de puntos de vista, actitudes afectivas, juicios de valor y líneas de conducta que los ciudadanos se ven compelidos a compartir para no sentirse socialmente marginados. Tales efectos resultan arrolladores en momentos de crisis y de cambio si una élite que actúe de manera coherente y que participe de una misma escala de valores logra transmitir sus convicciones a los medios de comunicación, imprimir un rumbo selectivo a las informaciones y magnetizar las percepciones de la audiencia. El espeso y envolvente *clima de opinión* creado por la élite de comunicadores no sólo impone sus ideas dominantes en todas las áreas sometidas a controversia pública; también indica inequívocamente a los individuos las conductas que deben seguir para no correr el riesgo de sentirse socialmente marginados. El *clima de opinión* pone en marcha, así, una *espiral de silencio*: en determinadas situaciones de confrontación ideológica o política, los portadores de opiniones minoritarias tienden a inhibir sus expresiones y a plegarse públicamente a las ideas dominantes.

LA DESLEGITIMACIÓN DEL FRANQUISMO Y EL COMIENZO DE LA TRANSICIÓN

Desde las postrimerías del franquismo hasta la consolidación de la transición, la evolución de los medios de comunicación españoles permite someter a prueba a esas teorías. Por ejemplo, es indiscutible que la dictadura ejerció, en sus horas altas, un control absoluto sobre la agenda pública. De forma negativa, la severísima regimentación y censura de la prensa y de la radio privó a los españoles de informaciones veraces y de opiniones discrepantes. De forma positiva, las consignas de cumplimiento forzoso y las inserciones de publicación obligatoria inflaban y desfiguraban las noticias a gusto de los gobernantes a través de la radio oficial, los periódicos del Movimiento y la prensa del sector privado; a partir de 1956, el régimen contó además con el monopolio de la televisión pública, que llegaría en pocos años a varios millones de hogares. Ahora bien, las ambiciosas conclusiones de la macroteoría del *modelo hipodérmico* tampoco encajan con la experiencia española, pese al enorme peso de los aparatos propagandísticos del primer franquismo: los largos años de socialización política y de adoctrinamiento ideológico a través de los medios de comunicación de nada sirvieron cuando los españoles pudieron acudir en 1977 a las urnas para votar libremente. Por el contrario, la microteoría del *doble flujo de la comunicación* permite explicar por qué los periódicos y revistas alineados en la oposición durante los años finales del franquismo –diarios como *Madrid*, semanarios como *Triunfo* y *Cambio 16*, mensuales como *Cuadernos para el diálogo*– contribuyeron a la deslegitimación del régimen más allá de lo que la cifra de sus tiradas pudiera indicar. La tesis según la cual la prensa ejerce su influencia a través de la mediación de líderes de opinión en los grupos primarios podría explicar el papel desempeñado por esas publicaciones legales (así como por las revistas clandestinas) en la formación intelectual y política de unas minorías capaces luego de irradiar sus ideas al resto de la sociedad.

También la transición permite someter a prueba las teorías sobre la influencia social y política de los medios de comunicación. En el campo de la prensa escrita, el punto de ruptura posterior a la muerte de Franco fue la liquidación del sistema de *numerus clausus* mediante el que la dictadura había amurallado y protegido al oligopolio de diarios privados puestos a su servicio. La política de información del franquismo había combinado un sector público de medios de comunicación (la llamada *prensa del Movimiento*) con un sector empresarial (católico, monárquico y conservador) al que se tenía entrada mediante autorización administrativa graciable y del que se podía ser expulsado de manera fulminante. De los periódicos de la Segunda República solo sobrevivieron a la guerra civil las cabeceras comprometidas de forma inequívoca y activa con el régimen dictatorial; ese sector privado de la prensa pagó los abundantes beneficios en ventas y publicidad que le proporcionaba un mercado cerrado y protegido con su subordinación al régimen de Franco. La profesión periodística fue también severamente reglamentada; haciendo abstracción de los periodistas muertos durante la guerra y exiliados o fusilados por el franquismo, solo 1.800 de los 4.000 expedientes instruidos contra periodistas que habían desempeñado su oficio durante la etapa republicana se cerraron sin sanciones. El precio político pagado por los empresarios fue altísimo: hasta 1966, el Gobierno no solo controlaba los contenidos de los periódicos a través de la censura, las consignas, las notas de inserción obligatoria y la jerarquización de las noticias, sino que designaba también a los directores de los medios.

A partir de la primavera de 1976, nuevos periódicos como *El País*, que sintonizaban con capas sociales, cohortes de edad y corrientes ideológicas hostiles al franquismo, comenzaron a influir sobre los ritmos y los objetivos de los cambios políticos. Ese periodismo democrático emergente produjo un efecto de mostración sobre sus colegas: los diarios recién aparecidos, que

devolvían la voz a los escritores y políticos silenciados por la dictadura, operaron sobre el resto de la prensa y la obligaron a ampliar los límites de sus fronteras informativas. Si bien los datos sobre la materia son poco concluyentes, parece que la influencia ejercida por la prensa escrita sobre los actores de la transición no fue acompañada por un aumento de su circulación global; sin embargo, los flujos dentro de esas ventas estancadas favorecieron a las nuevas cabeceras en detrimento de sus competidores conservadores y neofranquistas. La creación de periódicos durante estos años tampoco aumentó la oferta disponible en los quioscos ya que el cierre de otros diarios la dejó prácticamente intacta. En cambio, la radio de la transición amplió considerablemente sus niveles promedios de audiencia. El monopolio estatal de televisión, por su parte, continuó al servicio del Gobierno; la promulgación en 1980 del Estatuto de Radio y Televisión, que confió al Parlamento la elección de los miembros del Consejo de Administración, dejó en manos del Ejecutivo la designación del director general. Los esfuerzos de los partidos de oposición, especialmente el PSOE, para conseguir la neutralización de Televisión Española descansaban sobre la convicción –deudora inconscientemente del modelo hipodérmico– de que el Gobierno de UCD sería imbatible mientras conservase en sus manos ese poderoso instrumento. Pero la experiencia de la transición también mostró la inconsistencia de las teorías que atribuyen a la televisión efectos avasalladores y arrolladores sobre sus cautivas audiencias: en junio de 1977, cuando la programación televisiva era el principal vehículo de información para una sociedad dominada todavía por los reflejos deferentes hacia el poder legados por el franquismo, la UCD de Adolfo Suárez solo logró el 34% de los sufragios; y en 1982, el partido del Gobierno naufragó en las urnas hasta el punto de que sus 168 diputados de 1979 quedaron reducidos a una docena.

Por el contrario, las teorías sobre la fijación de la agenda, el clima de opinión y la espiral de silencio ayudan a expli-

car el preponderante papel desempeñado por los medios de comunicación en el proceso de establecimiento y consolidación de la democracia en España. Como era previsible, los Gobiernos de la transición se esforzaron por imponer sus prioridades a la sociedad entera. Con el propósito de pilotar un cambio controlado desde arriba, los estrategas de la reforma (el tándem Arias-Fraga desde noviembre de 1975 a julio de 1976, Adolfo Suárez desde esa fecha hasta las elecciones generales de junio de 1977) intentaron reservarse el derecho a incluir y excluir los temas políticos en la agenda pública, así como a jerarquizar internamente los asuntos seleccionados; en última instancia, el objetivo de los Gobiernos de la transición era que la sociedad se ocupase tan solo de los problemas y de las cuestiones que aquellos juzgasen pertinentes.

En su intento de monopolizar el debate público, los gobernantes suelen recurrir a la táctica –fútbolística– de achicar los espacios de la controversia política, a fin de situar fuera de juego las cuestiones capaces de poner en evidencia al Ejecutivo o al partido que lo sustenta. A lo largo de la transición, el procedimiento preferido para instrumentar ese achique de espacios fue la negación pura y simple de la existencia de conflictos cuyo conocimiento o debate público pudieran poner en duda la viabilidad de una reforma gradual del franquismo. Así, el Gobierno solía desmentir airadamente las informaciones de prensa sobre el malestar de los altos mandos militares y sobre las connivencias de los aparatos del Estado con las bandas parapoliciales de la ultraderecha; y si esa negación de la realidad no convencía a los incrédulos, siempre quedaba el argumento de que el aireamiento de las sevicias policiales o de la amenaza golpista tenía propósitos intencionadamente desestabilizadores o hacía el juego objetivamente a los involucionistas. Una vez achicados los espacios de la agenda y excluidos del debate los temas conflictivos, el Gobierno procedía a una sesgada jerarquización interna para conceder una principalísima atención a

las cuestiones que dominaba o que marchaban bien y para restar importancia a los problemas molestos o que marchaban mal. Las falacias de la retórica conservadora analizadas por Albert O. Hirschman hacían el resto del trabajo justificatorio, especialmente la tesis de la perversidad (los impensados efectos de rebote de las medidas bienintencionadas) y la tesis del riesgo (la pérdida de la felicidad actual por tratar irreflexivamente de ampliarla o extenderla).

EL ‘EFECTO QUEIPO DE LLANO’

Sin embargo, los planes ideados para llevar a cabo una reforma controlada desde arriba no se materializaron en los términos concebidos por sus promotores. Esa conclusión no se predica solo del proyecto Arias-Fraga, que naufragó tras siete meses de accidentada navegación; también Adolfo Suárez se vio obligado a rectificar las líneas maestras de su estrategia en los meses que siguieron a su designación como presidente del Gobierno. Durante el año y medio transcurrido entre la muerte de Franco y las primeras elecciones, los medios de comunicación contribuyeron en una notable medida a conseguir que la reforma del franquismo desembocase en un auténtico sistema democrático; y cuando ese régimen, amparado por la Constitución de 1978, fue puesto en peligro por la intentona militar del 23 de febrero de 1981, la prensa y la radio jugaron de nuevo un activo papel en la defensa de las instituciones representativas. En el tránsito de un sistema autoritario a un sistema pluralista, los medios de comunicación adquieren la condición de instancia normativa que orienta a una sociedad anémica y sirve de referencia a los ciudadanos en busca de una nueva escala de valores. En esos momentos de confusión y crisis, cuando los partidos son todavía formaciones embrionarias y las instituciones representativas aún no han sido creadas, los medios de comunicación ocupan una posición central en la vida pública. Vehículo para difundir las ideas básicas de la cultura democrática, referidas

tanto a su fundamentación teórica y ética como al mejor conocimiento de las instituciones y los mecanismos de los sistemas pluralistas, la prensa libre del posfranquismo sirvió también de canal de expresión a las nuevas demandas sociales y sensibilidades políticas. Pero seguramente la aportación decisiva de los medios de comunicación a la transición española fue su capacidad para forzar la inclusión en la agenda pública de asuntos ocultados o silenciados por el Gobierno y para rechazar la jerarquización de problemas que el poder trataba de imponer a los ciudadanos.

Con una televisión férreamente controlada por el Ejecutivo, la prensa y la radio asumieron en esos cruciales meses la tarea de abrir el debate político que los Gobiernos de la transición pretendían limitar o acallar para mejor llevar a cabo su estrategia de reforma parcial y gradualista del franquismo. El inventario de esos problemas excluidos de la agenda gubernamental o relegados a posiciones subordinadas y que la prensa de la transición se empeñaba obstinadamente en incluir o realzar es muy amplio: la solución de continuidad con la legalidad franquista, la derogación de la normativa represora de la libertad de expresión, la disolución del armatoste vertical y la entrega de su patrimonio a los sindicatos, la reparación de los atropellos y crímenes cometidos por la dictadura, la amnistía de los presos políticos, el restablecimiento de las autonomías catalana y vasca, la legalización de todos los partidos, la convocatoria de elecciones a Cortes Constituyentes, la denuncia de las conivencias estatales con las bandas parapoliciales que ocuparon las calles durante el invierno de 1976-1977, el rechazo de las pretensiones militares a desempeñar un papel protagonista en la vida pública, etcétera.

Además de participar en el establecimiento de la agenda, los medios de comunicación contribuyeron a la formación de un clima de opinión democrático y, por implicación, a la puesta en funcionamiento de una espiral de silencio en torno a los nos-

tálgicos del régimen autoritario. Recordemos que el convencimiento y la pujanza de una minoría de comunicadores produce una *especie de efecto Queipo de Llano* informativo: así como el general sublevado el 18 de julio de 1936 logró apoderarse de Sevilla simulando mandar una fuerza militar mayor de la que en realidad se hallaba a sus órdenes, así los partidarios de las ideas en alza, al expresarse con fuerza, convicción y seguridad, crean ante los demás la impresión de ser abrumadoramente mayoritarios. Por contra, los defensores del régimen anterior apenas se atreven a expresarse, dominados por la sensación de que sus opiniones son menos valiosas y carecen de respaldo social. Durante la transición esa *espiral del silencio* operó sobre significativos segmentos de los antiguos franquistas, mientras que el clima de opinión hizo que veteranos censores, periodistas especializados en adular al caudillo y pacíficos coexistentes con los horrores de la dictadura se transformaran en fervientes demócratas, capaces de dar lecciones a los antiguos opositores.

EL NUEVO ACHIQUE DE ESPACIOS

Los éxitos obtenidos por la prensa española durante la transición explican la actual añoranza de los periodistas por aquellos buenos viejos tiempos. En efecto, solo en situaciones excepcionales (como la refundación de la democracia tras un largo paréntesis autoritario) logran los medios de comunicación desempeñar el relevante papel que jugaron los periodistas españoles desde las postrimerías del franquismo hasta las elecciones de 1977. A diferencia de los cruciales días en que la opinión sigue las directrices de una prensa que a la vez le adoctrina y le representa, el normal funcionamiento de los sistemas democráticos resta obligadamente protagonismo a los medios de comunicación. Desde el mismo momento en que los parlamentarios elegidos en las urnas hablan en nombre de los ciudadanos y los partidos vertebran a los grupos de población activos, los periodistas pierden sus funciones arbitrales en la vida pública

y se ven forzados a alinearse según las diferentes preferencias político-ideológicas propias de un marco pluralista. El grado de compromiso de esas tomas de posición depende de las situaciones históricas. Durante la Segunda República, la identificación de los grandes diarios españoles con los partidos políticos dio lugar a feroces polémicas y dividió profundamente a la prensa; el periodismo de la etapa republicana, además de expresar la fragmentación social y la falta de consenso político de la vida pública, agudizó los conflictos entre una derecha golpista y una izquierda revolucionaria y contribuyó a fomentar el clima de exasperación que desembocó en la guerra civil. En cualquier caso, el papel de la prensa como institución autónoma sufre una mutación en las sociedades democráticas estables.

Pero los medios de comunicación en su conjunto (haciendo abstracción de las afinidades político-ideológicas de cada uno de ellos) han seguido teniendo ocasión de contrarrestar los silencios o las infravaloraciones de la agenda gubernamental también durante la década socialista, sobre todo a propósito de los casos de corrupción política relacionados con la financiación ilegal de los partidos. Esa recuperación por la prensa de su papel autónomo frente a la política se produce siempre que el funcionamiento de las instituciones representativas queda bloqueado o dificultado por la connivencia de todos (o casi todos) los partidos en una estrategia de ocultación y silencio; en efecto, las denuncias por financiación ilegal salpican a la gran mayoría de las formaciones políticas (socialistas, populares, nacionalistas vascos y catalanes, regionalistas de diverso signo) que han ejercido algún poder en los ámbitos central, autonómico o municipal. Sin la contribución de los medios de comunicación, la mayoría de los escándalos del periodo habrían quedado sofocados, bien porque los denunciadores hubiesen tenido dificultades para hacer prosperar sus acciones en los juzgados, bien porque el obstruccionismo procesal habría conseguido paralizar el conocimiento de los sumarios. La técnica aplicada

por los partidos para achicar los espacios del debate público y excluir el tema de la corrupción de la agenda ha sido la judicialización de la vida política; el ardid consiste en transformar la presunción constitucional de inocencia, una garantía que solo tiene sentido dentro del proceso penal, en una fortaleza donde puedan refugiarse, a salvo de las evidencias flagrantes y del sentido común, los políticos acusados de venalidad.

Ahora bien, esos esfuerzos para enriquecer la agenda, aunque victoriosos en el caso de la corrupción, no han tenido siempre idéntica eficacia cuando los objetivos perseguidos, en vez de ser compartidos por los medios de comunicación en su conjunto, han sido tomados como banderas particularistas por periódicos y radios determinados. Sin duda, la dura ofensiva periodística a dos bandas desencadenada en los últimos años contra el Gobierno socialista desde la derecha real y desde una izquierda muchas veces simulada ha logrado en buena parte sus objetivos, reforzando así las negativas consecuencias que para las posibilidades electorales del PSOE tienen el desgaste de casi once años de poder, el aumento del desempleo, los casos de corrupción y las sombrías perspectivas de la crisis económica. Sin embargo, no todas las batallas iniciadas desde la prensa y la radio para abrir la agenda a nuevos problemas –relacionados o no con la crítica directa a los socialistas– se han visto coronadas por el éxito. Así, las tentativas por llevar al debate público la vida privada del rey (un asunto hasta ahora protegido por el tabú) se saldaron con un fracaso, al igual que otras resonantes campañas para exigir el cese de algunos altos cargos o para pedir la celebración de un referéndum sobre Maastricht. Durante la década socialista algunos periodistas, unidos por vínculos o agravios corporativistas, también han intentado crear, desde las columnas de la prensa y las tertulias de las radios, un *clima de opinión* adverso a los socialistas e imponer una *espiral de silencio* o expulsar del aprisco gremial a quienes no aplaudan sus crueles descalificaciones. Pero resultaría abusivo utilizar

los conceptos de Elisabeth Noelle-Neumann para categorizar unos comportamientos que no están movidos por ideas generales sino por animadversiones personales y que anteponen los intereses gremialistas a los valores públicos. En todo caso, la guerra civil desatada durante los últimos años entre los medios de comunicación españoles exigiría un examen por separado.

LOS OTROS MONOPOLIZADORES DE LA AGENDA

El análisis de la contribución de los medios de comunicación al debate público se complica todavía más cuando se introduce como variable la mayor o menor disposición de los gobernantes para aceptar las críticas de la prensa y para incorporar a la agenda los temas de preocupación o discusión propuestos por periódicos y radios. La experiencia española más reciente ha pasado de la gran maleabilidad de UCD a la rigidez del PSOE: si durante la etapa centrista parecía a veces que eran los periódicos los que marcaban el ritmo de la reforma política y abrían o cerraban los debates, a partir de 1982 bastaba con que la prensa pronosticase una decisión o exigiese una medida para que estas no se produjeran. Esos diferentes comportamientos reflejan concepciones de fondo contrapuestas: mientras que para UCD la prensa era la boca de la opinión pública, para los socialistas parece su falsificadora o urdidora. La contraposición entre *opinión pública* y *opinión publicada*, popularizada por Felipe González, traiciona esa resistencia a que los medios disputen al poder político el derecho a fijar la agenda. Pero todos los esfuerzos para exorcizar a la prensa son inútiles; aunque los gobernantes decidan cerrar los ojos y los oídos a las informaciones y las críticas de los periódicos y las radios, a la larga resulta imposible obstruir la influencia capilar de los medios de comunicación sobre la clase política.

Por lo demás, los medios de comunicación no siempre se conforman con la tarea de enriquecer el espacio público; los periodistas pueden caer en la tentación de arrogarse el mono-

polio de fijar la agenda y de presentarse como intérpretes exclusivos de la sociedad. En tales casos, los choques de la prensa con el Gobierno suelen ser descritos por aquella como el enfrentamiento entre unos políticos que incumplen el mandato popular y una opinión pública supuestamente mediada por los periodistas. Tales pretensiones no aspiran tanto a modificar las actitudes de fondo de la sociedad como a perseguir objetivos concretos, sea la destitución de un ministro, la convocatoria de elecciones anticipadas, la retirada de un proyecto de ley, el castigo de un procesado o el descubrimiento de un culpable. ¿Qué ocurre cuando esas campañas de prensa aplicadas a metas particulares fracasan y los gobiernos se niegan a satisfacer sus exigencias? Llevando las cosas hasta el extremo, la autoafirmación de los medios de comunicación como los verdaderos intérpretes de la opinión pública pone implícitamente en duda la legitimidad obtenida en las urnas por la mayoría parlamentaria y su Gobierno. La exigencia de un referéndum o de nuevas elecciones suele ser la salida buscada por los medios de comunicación para colmar esa brecha. Pero si el resultado de las urnas les quita la razón a los periodistas, esto es, les despoja de su autoatribuida condición de representantes de la sociedad en su conjunto, los agraviados pueden reafirmar irracionalmente su postura. En tales supuestos, la resistencia de los medios de comunicación a aceptar el carácter limitado de su influencia enturbia de forma significativa sus relaciones con la opinión pública. La frustración nacida de ese fracaso puede conducir a los periodistas al sobredimensionamiento del asunto sometido a polémica y al excesivo subrayado de su importancia; entonces los medios de comunicación silenciarán información o se inventarán prioridades, es decir, relegarán a un segundo plano asuntos de primera importancia o situarán en una posición preferente cuestiones aureoladas por el único mérito de apoyar sus tesis. La prensa se interpone, entonces, como un filtro entre la realidad y los lectores, esto es, como un

malhumorado portero encargado de impedir la entrada en casa a los visitantes molestos. La embellecida autopercepción de los medios de comunicación como vestales de la opinión pública, esfinge que sólo revelaría sus secretos a los periodistas, implica concebir a la sociedad como una entidad monolítica y normativa, despojada de su estructura intrínsecamente plural y transformada en una maquinaria de hacer mandamientos. En última instancia, esa concepción hipostática, ideada para que la prensa pueda hablar *ex cathedra*, disfraza a la opinión pública con los ropajes de la voluntad general roussoniana.

Dado el carácter asimétrico de las relaciones entre los medios y su audiencia, el eventual profetismo de la prensa, la radio y la televisión no establece una relación interactiva con los lectores, oyentes o espectadores, sino que les dicta sus criterios. Esa desnivelada relación puede ser utilizada al servicio de cualquier objetivo: desde posiciones conservadoras, los medios de comunicación serán los heraldos de la *mayoría silenciosa*; desde posiciones radicales, corresponderá al *pueblo* la condición de *gran mudo* que solo habla a través de la prensa. La visión satánica del poder, la retórica de la prensa como contrapoder y la identificación de los gobiernos como única manifestación posible de ese poder ontológicamente demoníaco marchan en una misma dirección: ocultar que los medios de comunicación no siempre contribuyen al debate político como generosos adalides de los inermes ciudadanos, sino que también pueden estar al servicio de otros centros de decisión (económicos, religiosos, ideológicos) o constituirse ellos mismos en poder corporativista. Porque si bien la lucha de los periodistas por establecer la agenda arrebatada en buena hora a los gobiernos el monopolio del debate público, la prensa también puede ser responsable de omisiones y jerarquizaciones de problemas que resulten altamente empobrecedoras para la conciencia cívica, sobre todo si los supuestos abanderados del interés general actúan en realidad como defensores de intereses privados y

segmentados, bien sean de carácter gremialista, bien posean contenidos económicos, bien tengan carácter ideológico.

[Texto publicado en el número 32 de CLAVES DE RAZÓN PRÁCTICA, mayo 1999. Caricatura de Loredano.]

25

JAVIER PRADERA

San Sebastián, 1934 – Madrid, 2011

LICENCIADO EN DERECHO POR LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, EDITOR, ESCRITOR Y ANALISTA POLÍTICO. EN 1958 FUE PROCESADO, POR SEGUNDA VEZ, POR SU OPOSICIÓN AL RÉGIMEN FRANQUISTA Y EXPULSADO DE LA UNIVERSIDAD DONDE EJERCÍA COMO PROFESOR EN LA FACULTAD DE DERECHO. ENTRE 1960 Y 1989 DESEMPEÑÓ SU ACTIVIDAD DE EDITOR COMO DIRECTOR DE LA SUCURSAL ESPAÑOLA DEL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA DE MÉXICO Y DE ALIANZA EDITORIAL. FUE MIEMBRO DEL EQUIPO FUNDADOR DEL DIARIO *EL PAÍS*, COLABORADOR, EDITORIALISTA, RESPONSABLE DE LA SECCIÓN DE OPINIÓN Y MIEMBRO DE SU CONSEJO EDITORIAL. DESDE 1990 HASTA 2011 CODIRIGIÓ CON FERNANDO SAVATER LA REVISTA *CLAVES DE RAZÓN PRÁCTICA*, DONDE PUBLICÓ NUMEROSOS ARTÍCULOS COMO: 'APAGONES EN LA GALAXIA GUTENBERG', 'POLÍTICOS Y PERIODISTAS', 'LA LIEBRE Y LA TORTUGA: POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN EN EL ESTADO DE LAS AUTONOMÍAS', 'LITERATURA Y COMPROMISO', 'LA DICTADURA DE FRANCO' Y 'LA EXTRATERRITORIALIDAD DE JORGE SEMPRÚN'. COLABORÓ EN DIVERSAS OBRAS COLECTIVAS COMO *SEMPRÚN Y LOS CUATRO MODELOS DEL INTELLECTUAL*, *LA MAQUINARIA DE LA DEMOCRACIA* Y *MEMORIA DE LA TRANSICIÓN*. RECIENTEMENTE SE HA PUBLICADO SU OBRA PÓSTUMA *LA MITOLOGÍA FALANGISTA (1933-1936)*; *LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA Y LA DEMOCRACIA*; *CORRUPCIÓN POLÍTICA Y LOS COSTES DE LA DEMOCRACIA*, Y EL LIBRO DE SANTOS JULIÁ, *CAMARADA JAVIER PRADERA*, EN EL QUE EL AUTOR RECOGE TEXTOS INÉDITOS, ARTÍCULOS PUBLICADOS EN DIFERENTES PUBLICACIONES Y DOCUMENTOS DE GRAN INTERÉS HISTÓRICO.