

LENGUA Y MANIPULACIÓN EN EL DISCURSO DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA*

Elena Méndez García de Paredes

Universidad de Sevilla

0. INTRODUCCIÓN

En unas Jornadas sobre la enseñanza de la Lengua Española como las que se celebran aquí, en Granada, analizar ésta en el contexto de los medios de comunicación —que es lo que me propusieron los organizadores para su XV edición— es una buena manera de enseñar a enseñar lengua con un objetivo responsable de carácter social y, sobre todo, crítico. Esto es, con un enfoque que trascienda lo puramente formal del análisis gramatical y sintáctico al que se suele estar acostumbrado en la Enseñanza Secundaria, y para cuya instrucción salen muy bien preparados nuestros alumnos universitarios, debido al peso de esa larga tradición académica¹.

* Este trabajo ha sido realizado dentro del proyecto I+D “Tipología textual y oralidad: del español clásico a la actualidad”, HUM2007-60410/FILO. Agradezco a Julio Arenas Olleta la lectura atenta del borrador de este trabajo, pues no sólo ha advertido erratas que se me habían escapado en el proceso de relectura, sino que sus comentarios y anotaciones me han ayudado a formular con más claridad y precisión algunos conceptos de difícil comprensión para los destinatarios de este artículo.

¹ Por mucho que se haya intentado paliar esta obsesión por la descripción gramatical y el análisis sintáctico, introduciendo en los temarios contenidos relativos a los tipos de textos y discursos, estos casi siempre se ven desde un punto de vista puramente teórico (rasgos caracterizadores, elementos estructurales que los conforman, preponderancia de unas clases de palabras sobre otras, etc.) que los alumnos memorizan y se saben, pero que pocas veces trasciende a la reflexión sobre lo que supone emplear unos determinados elementos de la

Trabajar con realidades lingüísticas de cualquier tipo, pero más aún, con realidades como las que nos proporciona el discurso informativo periodístico, permite no sólo enseñar a leer comprensivamente y a sintetizar los contenidos o las ideas expresadas en estos textos tan cotidianos, enseñando a jerarquizar las ideas para que los alumnos aprendan a verbalizarlas con sus propias palabras, sino a prepararlos para que reconozcan las intenciones comunicativas o los objetivos que se pretenden en ese tipo de comunicación a través de lo dicho (lo expresado) y de lo que no está dicho pero sí implicado o sobrentendido (lo implícito). O sea, a través de la manera como se dice, analizando su propiedad y adecuación comunicativas, así como sus efectos pretendidos en relación con el contexto sociocultural en que se han producido, y valorando en esos textos la importancia de los procesos de selección léxica y gramatical y su dependencia de las intenciones comunicativas. Dicho de otro modo, permite enseñar lengua para que los alumnos aprendan a saber adoptar una actitud crítica hacia el discurso y reconocer la ideología que subyace tras lo dicho, para que sean capaces de diferenciar discursos de constatación y discursos de opinión, así como a tener conciencia de la trascendencia cultural, social, jurídica e institucional de los actos lingüísticos.

1. ALGUNAS GENERALIDADES PREVIAS SOBRE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

Como es sabido, los actos de habla y el sentido que adquieren en las interacciones son indisociables de la situación de comunicación que actúa como marco de referencia, dado que ésta explícita o implícitamente está regulada socialmente por convenciones y normas. Así, no hay acto lingüístico que pueda tener sentido fuera de su contexto comunicativo concreto (o, en su defecto, hay que crear uno a medida para extraer algún sentido comunicativo, así por ejemplo, en la reproducción de palabras de otros, pero también en cualquier otra situación) y, como consecuencia, los datos que son relevantes para activar en los enunciados las inferencias

lengua frente a otros y cómo su uso determina una cierta orientación ideológica que conviene enseñar a reconocer, para que los alumnos sepan que el uso de la lengua no es neutro y estén prevenidos frente a las intenciones manipuladoras que pueden tener algunos discursos. Para un análisis de cómo enseñar lengua en estas etapas escolares, vid. Cassany, Luna y Sanz (1995) y González Cantos (2001, 2007).

requeridas, para dar sentido e interpretar adecuadamente los actos de habla emitidos, deben extraerse de la situación de comunicación².

La comunicación mediática también requiere, obviamente, marcos de referencia regulados socialmente por convenciones y normas para la interpretación de sus productos discursivos. Pero su carácter de comunicación institucionalizada (empresarial y económica), masiva, artificial, tecnológica y mediadora (la mayor parte de la información que transmite le llega siempre en forma discursiva), hace más complejo el análisis de los procesos comunicativos y, consecuentemente, también más difícil la interpretación de sus productos, en relación con la tipificación de las diferentes situaciones de comunicación que pueden generarse a través de esos canales tan especializados. Y, desde luego, el público al que se dirige no siempre tiene la suficiente madurez intelectual para saber interpretar adecuadamente lo que los medios le proponen³. De ahí los riesgos de la manipulación a la que continuamente se ve sometido, en especial, cuando el ciudadano asiente ingenuamente y da por válidos o ciertos los discursos de justificación con que las empresas mediáticas hacen valer su imagen positiva como instituciones en pro de la ciudadanía, cuyas funciones sociales (formar, informar y entretener), al parecer, tendrían un carácter meramente altruista. Es decir, cuando se nos ocultan los fines económicos y mercantilistas que hacen de la comunicación un producto

² Es conocida la doble naturaleza de los datos: unos son de carácter situacional y concierne al modelo de SPEAKING (identidad de los participantes, finalidad o propósito, dispositivos empleados, condición temática, etc.); y otros son propiamente discursivos y determinan los modos de hablar o de tomar la palabra: los roles discursivos que se instauran en un espacio de locución, las relaciones de connivencia, de agresión, de afiliación o de exclusión, así como la manera de imponer o negociar conjuntamente los temas. Charaudeau (1995) para analizar estos hechos habla de *contrato de comunicación* y de *proyecto de habla*: el primero, aporta el marco de limitaciones situacionales y discursivas y, el segundo, diseña las estrategias o modos de expresión más adecuados, más convenientes y más oportunos de acuerdo con los objetivos marcados. Son, pues, inseparables en cualquier evento comunicativo.

³ Como en cualquier otro tipo de discurso, el destinatario mediático negocia el sentido de lo que percibe confrontándolo con su conocimiento del mundo, sus creencias, las del grupo social en el que se incluye y elige un punto intermedio entre la posición que se le asigna desde el discurso mediático por el modo en que se dirige a él y la posición que le atribuyen los procesos sociales en los que participa (Casetti/di Chio 1999). Es una realidad que los diferentes formatos y géneros facilitan la recepción e interpretación de los productos mediáticos, pero no siempre ello se consigue felizmente: bien porque no están bien definidos para el público, bien porque tienden hoy más que nunca a la hibridación –o hibridez–, en una imperiosa necesidad de renovación discursiva que determinan cambios y la creación de nuevos géneros.

más de consumo que requiere estrategias de márketing y de captación de la audiencia⁴.

El reflejo más inmediato de todo ello nos lo proporcionan los estudios de mercado sobre la difusión y los índices de audiencia de los medios, las noticias que informan sobre los descontentos y protestas por la concesión de licencias o el conocimiento del gran número de fusiones financieras y de demandas judiciales que se interponen los diferentes medios que compiten entre sí por el dominio del espacio mediático (los casos de Sogecable y Vía Digital o del Grupo Prisa y Mediapro pueden ser ejemplos claros de tal situación en España)⁵. El asunto es más peliagudo todavía si se pone en relación con el carácter ideológico de la identidad emisora mediática y sus relaciones con los diferentes grupos políticos e ideológicos o con el poder legislativo⁶.

⁴ Como apunta Charaudeau, la comunicación mediática está integrada por diferentes lógicas: una simbólica, en relación con los imaginarios sociales y la construcción de representaciones que dan valores y crean discursos en beneficio de la ciudadanía; otra tecnológica, en relación con la investigación científico-técnica para perfeccionar los sistemas de comunicación; y otra económica, en relación con el concepto de empresa de comunicación, que entiende ésta como un negocio lucrativo, absolutamente dependiente de los espacios simbólicos que haya conseguido representar y transmitir como positivos para la ciudadanía y que permiten la identificación de estas con el medio (Charaudeau 2003).

⁵ De los que cada medio se congratula públicamente ante su audiencia y resalta comparativamente su éxito en una especie de comunión e identificación con ella, a la que agradece siempre su fidelidad. Los ejemplos que siguen aparecieron unos días antes de la celebración de las Jornadas y permiten ilustrar la batalla por el espacio mediático: “ABC es el único gran periódico que gana difusión en lo que va de año” [titular], “Nuestro diario encadena ya 20 meses de subida de la venta de ejemplares frente a las pronunciadas caídas de la competencia” [subtitular]. “El sobresaliente comportamiento de ABC resulta aún más llamativo si se tiene en cuenta la deriva de nuestros principales competidores que padecen severas caídas de difusión en lo que va de año” [fragmento de texto] (*Abc*, 24-10-09, 56-57). Se aportan gráficos (más bien dibujos) en los que se visualiza la posición comparativa, especialmente relevantes para subrayar la confrontación con *El Mundo* (p. ej.: “Nuestro diario vuelve a recortar a nivel nacional distancia con *El Mundo*” [titular]). Elementos valorativos axiológicamente marcados según se refieran a *Abc* o a los otros diarios con los que se compara, permiten hacerse una imagen de la finalidad propagandística de la noticia. Por su parte, en otro de los periódicos el mismo tema informativo aparece inserto en el diario como suelto y presenta una información más aséptica en comparación con *Abc*: “El País refuerza su hegemonía” [titular de una pequeña noticia]. “EL PAÍS el diario más vendido en España ha revalidado en septiembre su hegemonía [...] Los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) otorgan a EL PAÍS una ventaja de más de 106.000 ejemplares sobre el segundo clasificado [El Mundo]” (*El País*, 24-10-09, 40). Podría analizarse el tratamiento de esos mismos datos en *El Mundo* y *La Razón* o los que convienen también a las diferentes cadenas radiofónicas.

⁶ Todos estos aspectos deben estar presentes al analizar el discurso informativo de los medios, y se corresponden con lo que Charaudeau ha definido como el espacio “externo-

Información y comunicación son conceptos que remiten a fenómenos sociales: contribuyen a la socialización de los individuos y los hacen miembros de una colectividad. Construyen, pues, su identidad individual (su YO) y también su identidad colectiva o social (su NOSOTROS), ambas tan dinámicas y cambiantes como cada situación de comunicación, aunque se perciban como estables y prototípicas. Los medios de comunicación, en cierta medida, se han apoderado de estos conceptos que remiten a procesos naturales y los han construido artificialmente al institucionalizarlos en la comunicación de masas y, como se ha visto, los ha integrado en su propia maquinaria: tecnológica, mercantil y simbólica (Van Dijk 1990 y Charaudeau 2003). Además, al institucionalizarse, se han convertido en necesarios para la sociedad en general (acceso a la información que de otro modo no podríamos saber) y necesarios también para otorgar visibilidad a temas y contenidos concretos sobre los que se quiere dar cuenta a la sociedad (parece que sólo lo que aparece en los medios existe y empieza a tenerse en cuenta). O algo más: la realidad se debe a que ha aparecido en el medio. “Lo he leído en el periódico”, “lo he visto en la tele”, “lo he oído por la radio” son enunciados por la gente como garantía de aquello de lo que se está hablando: son la prueba de su existencia.

El mundo político no es ajeno a esto y utiliza o pretende utilizar los medios para su propia visibilidad, sin que, al hacerlo, pese sobre ellos la imagen de manipulación que corre pareja a la dinámica de todo poder con poder. Es decir, se intenta un cierto control de los medios (manipularlos), pero los medios luchan contra esta manipulación porque se definen o pretenden definirse como un *contrapoder*. En este sentido, es muy ilustrativo de esa dinámica en que se envuelve la comunicación mediática el artículo de la *Defensora del lector* de *El País*, Milagros Pérez Oliva (apa-

externo” de las condiciones de producción (el lugar en que se sitúa la enunciación mediática). En la instancia mediática hay que definir asimismo un espacio “externo-interno” de producción, en donde hay que situar las condiciones semiológicas que rigen la realización de sus productos con respecto a un destinatario o blanco ideal del que se pretenden ciertos efectos. La construcción del discurso se hace a base de hipótesis sobre las características idealizadas que tendrá el receptor y, al hacerlo, se da forma y significado a los mensajes (el medio y sus receptores se convierten en seres de habla, contruidos por la enunciación como enunciator y destinatario (co-enunciación y co-intencionalidad). El primero se propone unos efectos (*efectos propuestos*), acordes a la finalidad que guía su proyecto (información + captación), pero el discurso construye unos *efectos posibles*, algunos de los cuales afectarán al destinatario cuando otorgue sentido al mensaje mediático y lo integre dentro de su contexto de saberes y creencias: “se puede formular la hipótesis de que se establece cierto juego de influencia recíproca entre lo externo-externo y lo externo-interno, sin que se pueda determinar a priori en qué consiste” (Charaudeau 2003: 25).

recido también unas semanas antes de la celebración de estas Jornadas), “Políticos que no aman a los periodistas” (*El País*, 18-10-09, 31), en el que se advierten y se denuncian ciertas prácticas, puestas recientemente de moda en la clase política, que llevan a interferir la labor mediadora de la información periodística (esto es, la transmisión del mensaje político o de los políticos a la ciudadanía a través de los medios) y la labor de control de la gestión política propia de los medios de información en las sociedades democráticas (el ser un *contrapoder*). Es muy revelador el modo en que se toma la palabra en el comienzo del texto: “Algunas veces, para defender el derecho de los lectores a la información hay que defender antes a los periodistas. Lamento tener que decirles que estamos en esa situación”, que instaura un espacio interlocutivo de convivencia y afiliación con el lector que lo predispone favorablemente a la argumentación subsiguiente (captación), para presentar a continuación a los periodistas como intermediarios entre el poder y la ciudadanía (una pretendida función social de carácter altruista).

Pero si hoy he decidido compartir con ustedes esta reflexión es porque creo que esta falta de consideración hacia el trabajo periodístico no es una simple anécdota. *Es síntoma de algo más profundo y bastante más grave: el intento, cada vez menos disimulado, de negar a la profesión periodística su papel de intermediario, la función social que ha venido ejerciendo como garante de la libertad de información y como elemento activo de control del poder.* Una carta recibida esta semana me ha hecho pensar que no es sólo un problema de los periodistas. *Es también un problema de la ciudadanía.* (*El País*, 18-10-09, 31, la cursiva es nuestra)

Se refiere a la llamada por respuesta o a las réplicas de mofa y broma, o de sinsentido, que dan los políticos cuando se les interpela por algún asunto de actualidad que socava su imagen política, o al hecho de que ofrezcan ruedas de prensa sin preguntas o simuladas (se ofrecen ejemplos concretos), que no son más que una manera de poner los medios a su servicio como canales para transmisión de un discurso propagandístico, aunque se hace pasar por información periodística de relevancia social. El texto concluye advirtiendo sobre lo pernicioso de estas prácticas en las que se borran las lindes entre el discurso informativo y el propagandístico:

Los partidos políticos tienen todo el derecho a buscar canales de comunicación directos con la ciudadanía. Pueden crear sus propios medios y administrarlos como les pa-

rezca conveniente. Pero no es eso lo que hacen. Lo que hacen es intentar condicionar a los medios existentes, ya sean públicos o privados, para que acaben actuando como mejores canales de transmisión de sus intereses propagandísticos. Y, a lo que se ve, los medios no saben cómo evitarlo.

Los esfuerzos de los partidos políticos por convertir la información en propaganda no se limita a estas prácticas restrictivas del derecho a la información. También incluye el control de las fuentes informativas, pero de eso ya hablaremos otro día. (*El País*, 18-10-09, 31)⁷

Lo que no aparece en este texto es la otra dinámica que afecta también al discurso informativo y que lo hace oscilar entre un propósito meramente informativo que debe tender al grado cero de la espectacularización de la información (ausencia de dramatización, o neutralidad, propias de la supuesta objetividad periodística que otorga credibilidad a la información), y un propósito mercantilista derivado de los intereses económicos inherentes a la empresa que mueve a captar destinatarios mediáticos, seduciéndolos y emocionándolos mediante una dramatización de la información que tiende a convertirse en espectáculo. Se trata de una tensión constante entre dos fuerzas que determina entre otras cosas la aparición de los temas en el espacio mediático⁸.

2. LA CONSTRUCCIÓN DEL HECHO INFORMATIVO NUNCA ES OBJETIVA

Como sabemos, el uso del lenguaje no es neutro, ni refleja tal cual es la realidad al verbalizarse ésta para su transmisión. Esa es la razón por la cual el discurso mediático no puede nunca reivindicar objetividad, neutralidad o facticidad, pues siempre hay una mirada que transforma el acontecimiento en bruto, la realidad, en acontecimiento construido (verbalizado) y luego en noticia, (ordena, selecciona, realza)⁹. Esto es, lo transforma en

⁷ Este artículo es un buen ejemplo para analizar las tensiones entre el *poder decir* (la competencia que el periodismo tiene para informar y hacer de mediadores del saber) y el *poder de decir* (control de los saberes que permite presentarse como contrapoder) que legitima el discurso de la información mediática y crea una cierta dependencia informativa a la ciudadanía.

⁸ El resultado de todo esto es la necesidad de construir un *blanco ideal* como destinatario que experimente emociones y afectos con objeto de que se despierte en él el interés y la pasión por la información que se le transmite.

⁹ Esto es propio de todo acto de comunicación de carácter informativo, pero la especificidad del discurso informativo de los medios es que configuran sus mensajes atendiendo a

discurso informativo, según los valores periodísticos (*actualidad, prominencia social*) o su vinculación con universos de discurso o imaginarios colectivos (*imprevisibilidad*) (Verón 1983, Rodrigo Alsina 1989, Van Dijk 1990, Sánchez Noriega 2002, Charaudeau 2003), para que el destinatario lo reinterprete según su propio contexto. El siguiente titular: “No soy objetivo, pero sí honesto” (*El País*, 25-10-09, 38), sirve para anunciar la postura ética y deontológica de Joe Sacco¹⁰, periodista y dibujante y precursor del reportero en cómic, a quien se entrevista en la sección “Vida y Artes: Cultura”. En una de las respuestas a la entrevistadora este periodista señala:

Como siempre, me dibujo en mis planchas. Los lectores entienden así que lo que ven es mi punto de vista personal. Estudié periodismo, pero creo que la objetividad es una ilusión. Cuando preparamos un reportaje seleccionamos el material. No soy objetivo, pero sí trato de ser honesto. Por eso entro en la escena, es mi manera de aclarar que soy filtro y lupa de la historia. (*El País*, 25-10-09, 38)

Tal obviedad para quienes se afanan en las tareas del análisis del discurso, parece no serlo tanto para quienes consumen esos productos periodísticos, bien porque no se dan cuenta del sesgo ideológico que los acompaña, bien porque —lo que es más grave—, insidiosamente, se pretende ocultar¹¹. Así sucede, cuando en los manuales de redacción periodística, o cuando en la descripción de estos tipos de textos, p. ej., en los libros de lengua escolares, se señala que es un discurso objetivo o que tiende a la objetividad y en el que se deslinda, o debe deslindarse, clara-

proporcionar en ellos efectos de *autenticidad* (deben parecer reales), de *verosimilitud* (debe parecer creíble) y de explicación en función de los imaginarios que se le atribuyan al receptor (inserción en un contexto). En ello consiste su mimesis de la realidad, pero jamás puede significar que lo ocurrido y lo contado sean coincidentes: siempre hay una perspectiva ideológica por medio que implica transformar la realidad en acontecimiento mediático (significar el mundo) y comunicarla en función del contrato de comunicación suscrito (modificar el estado de conocimiento social e influir al destinatario) (Charaudeau 2003: 74).

¹⁰ Joe Sacco es autor de *El mediador. Una historia de Sarajevo*, Planeta-DeAgostini Cómic, 2001; *Palestina: en la franja de Gaza*, Planeta-DeAgostini Cómic, 2002, *Notas al pie de Gaza*, Mondadori, 2010.

¹¹ Puede recordarse a este respecto la frase con que concluía Ernesto Sainz de Buruaga sus informativos en la cadena pública durante el primer gobierno de Aznar: “Así fueron las cosas y así se las hemos contado”, la cual respaldaba como obvia la objetividad periodística. Al margen de la posible ambigüedad referencial de la deixis del adverbio *así*, pues al aparecer en las dos ramas de la coordinación, pueden orientarse como correferenciales (*así = así*), que es la interpretación por defecto, o no correferenciales (*así ≠ así*. Es decir, las cosas contadas tal y como se ha hecho: ‘a mi manera’).

mente opinión e información. Un repaso por las páginas de Internet que consultan nuestros alumnos de Secundaria en el momento de preparar sus trabajos sobre los textos periodísticos puede ser un buen ejemplo de esto, pues, a lo sumo, se alude a la dificultad de ser totalmente objetivos, porque la inserción de una información cualquiera en una o en otra página ya supone una valoración. Lo sorprendente es que no se tenga para nada en cuenta el uso del lenguaje.

Y, sin embargo, la información periodística es discurso y por tanto una cuestión de lenguaje. Como cualquier acto de habla es *pura enunciación* y la enunciación sólo puede correr a cargo de un sujeto, cuya subjetividad se apodera de la información que transmite¹². Ciertamente que en algunos textos se pretende el borrado de esa subjetividad para dar apariencia de información fáctica y no sostenida por ningún sujeto: la no expresión del locutor, ni de su alocutario, o de estructuras que directamente remitan a ellos (enunciados interrogativos o exhortativos, por ejemplo), pero ello no implica objetividad. Las selecciones léxicas o las estructuras gramaticales empleadas también determinan una posición enunciativa (ocultación del agente de una acción mediante estructuras de pasiva refleja o impersonales o la conversión del agente de un decir en el sujeto de un hacer, por mencionar alguna) y generan efectos en el destinatario porque le condicionan la aprehensión de las cosas (López García 1996)¹³.

Así, la verbalización de un acontecimiento puede hacerse con formulaciones lingüísticas distintas que se refieren a un mismo hecho, pero lo comunican de diferente manera sin que ninguna de ellas sea en sí misma una falsedad. Por ejemplo, no es lo mismo informar sobre la agresión a un hincha de la Real Sociedad con resultado de muerte diciendo: "...uno de los hinchas rojiblancos le asestó una puñalada en costado izquierdo cerca

¹² Puede ser una buena manera de alertar a nuestros alumnos sobre este problema de la subjetividad del discurso informativo el análisis de la viñeta de Quino (*Suplemento El País*, 2001) que se inserta como anexo al final del artículo.

¹³ En *Escritura e información*, López analiza la oración aplicando un punto de vista cognitivista y habla de *escena*, *frontera* y *marco*. Figura y fondo de la escena (sujeto y OD), frontera (predicador) y marco (objeto oblicuo (figura) y objeto circunstancial (fondo)), de manera que la selección del elemento que va a ser el sujeto y qué tipo de sujeto (agente, paciente, experimentador, afectado, causativo), o los tipos de predicados (estados: simples "estar bien", experienciales "saber", benefactivos "tener", locativos "vivir") (procesos: simples "mejorar", experienciales "enterarse", benefactivos "aumentar" locativos "venir a") (acciones: simples "afianzarse", experienciales "aprender", benefactivo "adquirir", locativo "navegar hasta") (acción-proceso: "apuntalar"/ "enseñar"/ comprar / traer), tiene consecuencias en la aprehensión de la información comunicada y sirven para evaluar el anclaje subjetivo que presenta.

del corazón que le causó la muerte” (*El País*, 8-12-1998), explicitando el agente de la acción en el sujeto del enunciado, que diluir la responsabilidad en el *ataque* de un grupo indefinido de personas y suspender la verdad de la aserción con respecto a su afiliación deportiva introduciendo un evidencial citativo (*al parecer*), como ocurre en “El ataque de un grupo de personas, al parecer seguidores del conjunto colchonero, segó la vida de este aficionado donostiarrá” (*Abc*, 8-12-1998). La selección de una nominalización *el ataque* como agente de un proceso verbal no es neutra. En este diario, las estructuras lingüísticas elegidas para la noticia y la elección de los verbos de las frases transmiten una percepción de los acontecimientos en la que se destaca un sujeto paciente (el agredido) y experimentador que muere porque no “pudo superar una arritmia cardíaca” (entradilla) o porque no “pudo superar las fuertes hemorragias provocadas por la herida”. Del mismo modo, siempre parecen ocultarse los elementos agentes de la acción: “El aficionado había sufrido una herida de arma blanca que le interesó el corazón” (subtitular); “Aitor Zabaleta recibió una puñalada...”. Frente a, por ejemplo, las estructuras lingüísticas elegidas por el redactor de *El País*: “Un grupo de ultras del Atlético de Madrid apuñalan en las inmediaciones del Vicente Calderón a un hincha de la Real Sociedad causándole la muerte”¹⁴.

Basta un análisis lingüístico y discursivo de la misma noticia destacada en la primera de varios diarios con tendencias ideológicas diferentes, para darse cuenta de que el uso que se hace de la lengua es indisoluble de las intenciones manipulativas que tienden a presentar una información sesgada o interesada de la realidad informativa¹⁵. Veamos en titulares

¹⁴ Nunca puede saberse hasta qué punto el redactor es consciente de las selecciones lingüísticas, pero el hecho de que la ideología del agresor fuera extremadamente conservadora y la víctima un vasco de Real Sociedad nos inclina a pensar que no se ha hecho ingenuamente, máxime cuando esta noticia principal comparte página con un recuadro inferior en que se informa sobre un tipo de actuación de ETA y de *kale borroka* en el País Vasco. En otros casos, como en el texto comentado de *Abc* (vid. *supra* la nota 5), la autopropaganda hace que los elementos valorativos se desplieguen conscientemente a sus anchas por el texto.

¹⁵ Además hay que tener en cuenta otros condicionantes semióticos (no puramente lingüísticos) como la composición de lugar en esa primera página con otras noticias que comparten espacio preferencial. Es el caso de la noticia de la determinación de Rajoy para colocar a Rodrigo Rato al frente de Caja Madrid, cuya elección había suscitado una polémica interna en el Partido Popular (3-11-2009). En todos los diarios del corpus aparece como noticia destacada en la parte superior de la primera página. El centro, a gran espacio, lo ocupa una fotografía que hace referencia a una noticia muy relevante desde el punto de vista social y cultural: la muerte del actor José Luis López Vázquez. En cambio, en *Abc* edición de Sevilla la parte superior la ocupa una noticia local de escaso interés informativo con

cómo se trata en portada una noticia política como es que las presiones de Rajoy, presidente del Partido Popular, para elegir a Rodrigo Rato como presidente de Caja Madrid han dado su fruto, en medio de dos crisis internas: una en el Partido Popular madrileño, liderado por Esperanza Aguirre y otra en el Partido Popular valenciano, presidido por Francisco Camps, a causa del *caso Gürtel*.

- (1a) El triunfo de Rajoy en el pulso con Aguirre coloca a Rato en Caja Madrid [titular]
La presidenta espera ahora de Génova un castigo para Cobo.
Camps acata las órdenes del partido y remodela su equipo. (*El País*, 3-11-09, 1)
- (1b) Rato vuelve a la escena política tras el pacto para Caja Madrid. [titular]
Dirigentes del PP consideran que es el primer paso del ex vicepresidente para jugar de nuevo un papel en el partido.
Ignacio González pidió a Rato el viernes ser su vicepresidente en la institución financiera y el exministro lo rechazó.
Gallardón retira el recurso que dijo haber presentado «en defensa de los intereses de los ciudadanos madrileños». (*El Mundo*, 3-11-09, 1)
- (1c) Rajoy pacifica Madrid y Valencia y advierte hoy al PP: «Ya está bien». [titular]
González renuncia a presidir Caja Madrid y apoya a Rato, Aguirre destaca su lealtad y Gallardón retira el recurso. (*Abc*, 3-11-09, 1)
- (1d) Aguirre se doblega por primera vez ante Rajoy. [titular]
El líder del PP pone orden antes del comité ejecutivo. [antetitular]
La presidenta madrileña acepta que Rodrigo Rato presida Caja Madrid en lugar de su candidato Ignacio González // Camps remodela la dirección del PP valenciano pero mantiene a los relacionados con la ‘trama Gürtel’. (*Público*, 3-11-09, 1)
- (1e) Rajoy se impone. [titular]
Esperanza Aguirre cede en la batalla de Caja Madrid y Rodrigo Rato será presidente de la entidad.
Camps renueva la cúpula del partido para acabar con el fantasma del «caso Gürtel». (*La Razón*, 3-11-09, 1)
- (1f) Rajoy cierra los frentes abiertos en el PP de Madrid y Valencia. [titular]

respecto a otras de portada: “Sevilla es la capital con los impuestos más altos de toda España”.

Pulso en Caja Madrid: La presidenta de Madrid retira a su número dos y deja el camino libre a Rato // Cambios en Valencia: Antonio Clemente será el nuevo secretario general en sustitución de Costa. (*Diario de Sevilla*, 3-11-09, 1)

La lectura de las portadas de los seis diarios que integran este corpus permite hacerse una idea global del tema, o mejor, de los temas de la información destacada, que, además, están vinculados y se presentan jerarquizados. En el análisis hay que partir de varias claves:

- a) El *contexto situacional* está en relación con la enunciación periodística de cada uno de los medios y su objetivo fundamental: informar de que la elección de Rato como presidente de una entidad financiera, Caja Madrid (decisión en manos del PP por tener mayoría en la Comunidad de Madrid) se debe a una imposición de Rajoy.
- b) El *contexto lingüístico* (o cotexto) está formado por los titulares y subtítulos de cada diario, así como sus relaciones intratextuales entre sí y con el conjunto de los enunciados del texto global que aparece, a veces, con nuevas titulaciones en el interior del periódico. También hay que tener en cuenta aquí las relaciones intertextuales que se establecen gracias al análisis comparativo que se va a realizar.
- c) Por último, los *saberes anteriores* que se poseen (la historia de tensiones desde que el PP perdió las elecciones en 2008, las relaciones poco amistosas entre los dos líderes de la circunscripción madrileña: Aguirre y Gallardón, los casos de espionajes internos a miembros del PP madrileño y el conocimiento de casos de corrupción hechos públicos recientemente).

Contexto situacional, cotexto lingüístico y saberes previos forman parte del *contexto cognitivo* y sirven para dar sentido e interpretar los textos comunicativos. Por un lado, se informa de una situación de conflictos internos en el PP, uno de los cuales tiene lugar en la circunscripción madrileña, cuya presidenta es Esperanza Aguirre. Este asunto está ligado al tema de la noticia sobre el control de Caja Madrid por parte de Rodrigo Rato frente a Ignacio González, candidato de Aguirre, la cual mantiene con Rajoy una oposición con respecto a sus decisiones en este tema¹⁶ y,

¹⁶ Aguirre y Rajoy también están enfrentados en una lucha implícita de poder por el control dentro del partido, algo que no está dicho pero forma parte del contexto para la interpre-

asimismo, espera recibir alguna compensación por parte de Rajoy, a cambio de no presentar batalla por el control de Caja Madrid (Gallardón retira un recurso y se espera un castigo para Cobo). Por otro lado, está la información sobre el PP valenciano afectado por el *caso Gürtel*, de carácter secundario (de hecho no aparece en *El Mundo*), cuya presencia en los destacados obedece a que es una situación de crisis (la otra es la crisis de Madrid) y a que Rajoy es su nexo de unión. La historia de esta información se ha podido reconstruir gracias a la suma de los contenidos parciales de los titulares que han actuado para nuestro análisis de forma complementaria¹⁷, puesto que cada medio informa parcialmente del acontecimiento e impone con sus elecciones lingüísticas su sesgo ideológico. Y esto se hace exclusivamente mediante el uso del lenguaje.

Si se analizan comparativamente estas muestras se puede ver que Rajoy es el foco de la noticia en (1c), (1e) y (1f). Es el sujeto de los enunciados y constituye el *tema* sobre el que se aporta una información, pero no de la misma manera en todos los ejemplos. En (1c) y (1f) es ‘agente’ de las acciones expresadas por el verbo (*pacífica* o *cierra*): ejerce un ‘control’ sobre la acción y esta tiene un carácter ‘téllico’ (se apunta, pues, a su terminación o conclusión), se trata, pues, de ‘realizaciones’ de Rajoy. Pero en (1e), *Rajoy se impone*, carecemos de contexto lingüístico para poder interpretarlo como ‘agente’ con pleno control sobre la acción (*hace algo*) y queda más bien como un sujeto afectado por un proceso verbal no dinámico: se describe una situación inespecífica. En (1a) no es propiamente Rajoy, sino su *triunfo*, una nominalización que remite polifónicamente a una estructura oracional (*Rajoy triunfa en el pulso con Aguirre y coloca a Rato en Caja Madrid*). Aparentemente es semejante a los otros ejemplos, puesto que se dice algo de Rajoy, pero es sólo apariencia, porque con la nominalización el titular presupone la verdad de la aserción oracional (*Rajoy triunfa*), y se convierte en una estructura factiva, mientras que en los otros tres ejemplos no hay nada presupuesto. Además se añade una información que en los otros titulares anteriores se oculta y es que Rajoy es agente de una acción que se efectúa sobre Rato y se dibuja una escena de poder y control. En cambio, en (1b) y (1d) son Rato y Aguirre, respectivamente los sujetos de las oraciones y, por tanto, quienes

tación de estas noticias y que explica también alguno de los titulares: “Aguirre se doblega por primera vez ante Rajoy”.

¹⁷ Precisamente esta es la manera más eficaz de prevenirse contra la manipulación informativa y el sesgo ideológico de los mensajes mediáticos, multiplicar el consumo de información, diversificando los medios que las producen.

se convierten en *tema* de la información que se aportará sobre ellos. *Aguirre* aparece como sujeto afectado por un proceso ‘no dinámico’, pero con un cierto ‘control’ de la situación. Es decir, describe una ‘posición’. En el ejemplo de *El Mundo* se presenta el titular con una información en la que Rato es un sujeto activo, con ‘control’ de una acción de carácter ‘tético’. Se ha producido, pues, una ‘realización’. Del mismo modo los subtitulares lo presentan con pleno control de sus acciones (Rato lo rechazó) o de sus posibles acciones (jugar de nuevo un papel en el partido). La escena que se dibuja en el titular es opuesta a la de *El País*, pues en este periódico es simplemente una pieza al servicio de la estrategia de Rajoy para controlar el partido y cerrar la crisis del PP en Madrid.

Las elecciones no son neutras y deben ponerse en relación con las intenciones y con las características ideológicas de los medios. *El Mundo* oculta de la escena informativa a Rajoy porque, en las tensiones internas del partido, apoya claramente a Esperanza Aguirre, y si alude a él estaría obligado a introducir una mención a Aguirre: tendría, pues, que transmitir una imagen suya de perdedora. Por su parte *Abc* quiere tranquilizar a los votantes del PP (sus lectores) y, además, transmitir una información implícita a los militantes de dicho partido (destinatarios ocultos del mensaje) para que eviten las divisiones internas que socavan ante los votantes la imagen que debe tener un partido de referencia si quiere ganar las elecciones. Por ello no duda en manipular lingüísticamente y presentar como información en el titular un acto de habla no proferido todavía y, además, en estilo directo: “...y advierte hoy al PP: «Ya está bien»”. Se trata de un presente con valor de futuro, *advertirá*, puesto que el periódico se ha elaborado antes de la reunión de Rajoy con el comité ejecutivo de su partido. Además, si acudimos a la información de las páginas interiores, donde se despliega temáticamente la noticia, el titular es: “Rajoy *alertará* hoy en la ejecutiva de que no está dispuesto a tolerar nuevas rebeldías”. Evidentemente, tal omnisciencia narrativa orientada al futuro debe quedar justificada para poder proyectar un efecto de veracidad y verosimilitud a la información, y que otorgue también un cierto grado de credibilidad a este periódico. Tal justificación la encontramos en el cuerpo textual:

Rajoy «no intentará herir a nadie» durante su intervención, indicaron a ABC fuentes próximas al presidente popular, pero sí intentará dejar claro que todo tipo de rebeldía o insubordinación será atajada de inmediato, con el objeto de que el partido se centre en derrotar al PSOE. El eje de su mensaje será «ya está bien», expresión suficientemente

tajante para que todos los miembros de su ejecutiva tomen buena nota» (*Abc*, 3-11-2009, 44).

Obsérvese que tampoco el periódico es muy explícito al identificar la fuente de su saber, con lo que puede quedar justificado ante sus lectores (el blanco ideal al que se dirige su información), pero no supera un análisis deontológico fuera de ese ámbito. Toda la configuración de la noticia tiene un objetivo admonitorio para unos (los destinatarios ocultos) y tranquilizador para otros (los votantes del PP, lectores potenciales de *Abc*). Y esta intención aparece ya manifestada en portada, si bien no cobra sentido hasta la lectura global de la noticia en las páginas interiores del diario. Bajo los titulares analizados de la portada que destacan esta noticia, pero con una letra menor y resaltada en negrita, se ofrece otra información aparentemente distinta, pero que se ha vinculado intencionadamente en las páginas interiores: “Paro y crisis pasan factura al PSOE, que cae a 3,3 puntos del Partido Popular” y que dan sentido al análisis.

Público tiene una ideología de izquierdas y por fuerza afecta a las elecciones que hace en sus titulares. El verbo *doblegarse* semánticamente denota una ‘situación’ de ‘posición’ que sirve para describir la sumisión a la fuerza de la conservadora Esperanza Aguirre ante su obstáculo principal, Rajoy, para hacerse con las riendas del PP. Pero, además, le interesa destacar una imagen enérgica y de control de la situación de Rajoy, quien siempre ha sido reputado y calificado de débil y desdibujado por partidarios de Aguirre. Se toma partido interesadamente por Rajoy para minusvalorar comparativamente a Aguirre.

El País ofrece una información sesgada en cuanto a la presuposición expresada en la nominalización, pero a cambio da una información precisa para hacerse una composición de lugar de lo que ha ocurrido en el PP y las consecuencias que tiene para Rato. También proporciona una imagen de derrota para Aguirre por oposición al triunfo de Rajoy, pero presenta este triunfo como una victoria pírrica, puesto que se ha hecho a cambio de concesiones: *un castigo para Cobo*.

El discurso mediático, cuando transforma los acontecimientos de la realidad en noticia, no sólo da significado a aquello de lo que habla en ella y modifica el estado epistemológico de los consumidores de información, sino que busca ejercer una influencia en los destinatarios que en cierta manera los afecta. No sólo modifica su conocimiento de las cosas (haciendo que sepan algo que antes no sabían), sino que tiende a configurar creencias y actitudes sociales. Por ello, es necesario enseñar a los

alumnos analizar lingüísticamente cómo se construye una realidad mediaticizada y se impone a la sociedad y cómo se vierte ésta en los diferentes tipos genéricos, pues eso sólo puede hacerse en forma de acción lingüística: nombrar el mundo (por ejemplo, poner nombre a los acontecimientos para que sean identificados sin tener que volver sobre informaciones ya dadas: *caso Gürtel, el decretazo*, etc.), describirlo, contar los hechos que ocurren, explicar sus motivaciones y evaluarlas.

3. DE LA IMPOSIBLE OBJETIVIDAD A LA MANIPULACIÓN ARTERA

Si acudimos a la definición lexicográfica que proporciona el diccionario de la Academia sobre manipular, extraeremos dos sentidos diferentes, aunque conectados¹⁸. Por un lado, *manipular* es intervenir técnicamente sobre un determinado material para prepararlo y adecuarlo a otras circunstancias diferentes de aquella en que se creó. Un discurso científico se manipula cuando se prepara para su divulgación, una entrevista se manipula cuando se escribe en un periódico, igualmente ocurre con los actos de habla cuando se refieren unas declaraciones, lo que otros dicen, o con los procesos de selección de fuentes expertas o temas que aparecen en los medios. Por otro lado, existe una manipulación que se lleva a cabo con fines “no confesables” e interviene en el acceso a la información o en su circulación con una voluntad decidida y resuelta de confundir para cambiar actitudes sociales. Sin embargo, no siempre son deslindables un tipo y otro, pues en el propio proceso de selección de lo que será noticia o de cómo ha de ser contada ya se opera un cierto dirigismo intencionado. Como se acaba de ver, un titular ya constituye un enfoque sobre el sesgo ideológico con que va a ser tratada la noticia.

Ahora bien, la propia palabra *manipulación* (‘acción y efecto de manipular’)¹⁹ denota en su significado que para manipular es necesario que

¹⁸ /Manipular/ 1. Operar con las manos o con cualquier instrumento // 2. Trabajar demasiado algo, sobarlo, manosearlo // 3. Intervenir con medios hábiles y, a veces arteros, en política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares // 4. coloq. Manejar alguien los negocios a su modo, o mezclarse en los ajenos. (<<http://buscon.rae.es>>. Lema /manipular/ [consulta 3-11-2009]).

/Manipulación/ Acción y efecto de manipular (*id*).

¹⁹ Suele hablarse de dos formas posibles de manipulación: una es *externa* y consiste en manipular los datos, los hechos, es decir, lo que se considera objetivo (mentir sobre los datos). Tiene que ver con el control de la información y su objetivo es impedir el conocimiento. La otra es de carácter *interno*. Consiste en jugar con el lenguaje en todos sus nive-

exista un *agente de la manipulación*, alguien que tenga un proyecto concreto, una táctica y que intencionadamente oculta su intención (y ya se ha visto que ambas cosas son inherentes por diversas razones a la comunicación mediática); pero también hace falta un *manipulado* (la víctima de la manipulación). El blanco al que se dirige la información. Sin embargo, sólo puede hablarse de manipulación a partir de los *efectos reales*, es decir, si realmente existe un manipulado. En el discurso informativo de regímenes democráticos, la manipulación tiene, sobre todo, un carácter *interno* (vid. nota 19), es decir, discursivo y lingüístico, y está en consonancia con el tipo de destinatario y los cálculos que se hacen sobre la cantidad de información que debe serles transmitida²⁰. Por eso la manipulación mediante el empleo del lenguaje requiere un análisis en profundidad sobre algunos aspectos de orden psicosocial que miden las capacidades de los destinatarios: qué bagajes de conocimientos tienen, o sus actitudes iniciales hacia el tema, el grado de implicación emocional con respecto a ese tema (motivación), qué imagen posee de la fuente de comunicación (credibilidad), etc. De ello dependerán las estrategias discursivas para entrar en connivencia con el blanco, captar su adhesión y producir los efectos pretendidos. Es insidiosa, de manera que ciertas creencias transmitidas arteralmente pueden arraigar subrepticamente en la sociedad, por ello sus efectos son muy perniciosos y difíciles de combatir.

Entre los mecanismos discursivos y lingüísticos más sobresalientes podrían señalarse los siguientes:

a) *En el uso del lenguaje*, la selección léxica es importantísima: los verbos como vertebradores de la información, en especial los verbos de comunicación que transmiten el discurso ajeno y orientan interpretativa-

les, y con las reglas generales del discurso, es decir, con la organización lingüística, haciendo creer que los enunciados son apropiados para sostener la tesis, cuando en realidad no lo son. Tiene que ver, por tanto, con los modos de la argumentación, pues su objetivo es cambiar actitudes sobre un determinado asunto. En cambio, la manipulación externa oculta, retiene o presenta de forma fragmentaria la información, hace circular rumores, repitiéndolos para conseguir objetivar la falsedad, o minimiza la importancia de la noticia, presentándola como banal, atribuye a fuentes solventes datos falsos, etc. Como se ha dicho en una nota anterior, sólo se puede combatir ese intento de manipulación artera diversificando y multiplicando los medios informativos que se consumen.

²⁰ Los destinatarios a quienes se presupone una alta formación (mucho saber) son difícilmente manipulables (así, si el medio selecciona dirigir su información a este grupo se le plantea un problema económico, pues constituyen por lo general una exigua minoría). En cambio, dirigirse a un amplio espectro de destinatarios con formación desigual lleva a un proceso de captación por medio de las emociones que se acompaña de una simplificación contenidos y del empleo de clichés y estereotipos de alto rendimiento comunicativo.

mente lo comunicado (Méndez G^a de Paredes 2001), pero también sustantivos, adverbios, adjetivos, los empleos de metáforas cotidianas a las que casi no se presta atención, y que deben ser tenidas en cuenta, pues toda expresión lingüística representa una forma de cognición del mundo. Así, la creación de estereotipos lingüísticos para designar y referirse con valor negativo a grupos sociales, por ejemplo, emplear con valor designativo —*los sin papeles*— lo que no es más que una situación que afecta a algunos inmigrantes. O crear uno al efecto —*la monja-bulo*—, como ocurre en el texto que se va a comentar a continuación (“Desmontando a la monja-bulo”, *El País*, 1-11-2009, 38-39).

Lo mismo ocurre con las selecciones gramaticales: el empleo de determinadas estructuras sintácticas como nominalizaciones, tipos de sujetos en las oraciones, selección de pasiva o de estructuras impersonales que borran el agente de las acciones, recurrir a la citación (pues aunque decir que alguien ha dicho algo no significa afirmar que sea verdad lo dicho, informar sobre lo dicho, lo convierte en existente y genera efectos de verosimilitud). El empleo de ciertas estructuras lingüísticas puede orientar argumentativamente el razonamiento y llevar a admitir ciertas tesis. Es el caso de las llamadas preguntas retóricas, que suelen venir orientadas en la respuesta (dirigen al receptor en la argumentación, obligándolo en cierta manera a compartir los argumentos). El uso de estas estrategias en el mensaje se hace con fines persuasivos, pues estas estructuras invitan a dar la respuesta pretendida a quien la formula. El problema está en saber dónde insertarlas y si pueden tener un efecto diferente en función de su colocación. No es lo mismo colocarlas tras una serie de argumentos a modo de cierre conclusivo invitando a su aceptación, que al principio de la argumentación, pues puede suceder que si no viene respaldada por argumentos sólidos tenga un efecto negativo. No obstante, los enunciados interrogativos son siempre un desencadenante argumentativo, de ahí que sean un recurso frecuentemente empleado en las columnas periodísticas de carácter editorializante, es decir, con intención de conformar la opinión pública.

¿POR QUÉ SE HA METIDO Aznar en el berenjal de la reforma de los subsidios de paro? ¿Por qué ha tomado una iniciativa que ataca al centro de gravedad de la política sindical? ¿No sabía que en este tema los sindicatos no pueden ceder porque les va su credibilidad y su razón de ser? ¿Es el primer gran error táctico de Aznar o es un eslabón necesario en su proyecto, el más radicalmente ideológico que la democracia española ha conocido? Hay interpretaciones para todos los gustos. Pero la reconocida constancia de

Aznar en la persecución de sus objetivos de fondo hace que muchos piensen que el riesgo es buscado y calculado. (J. Ramoneda: “Trabajadores y subsidiados”, *El País* Suplemento dominical, 9-6-2002)

b) *En el discurso*, basta con proporcionar un contexto deformante y ridículo a un discurso de orientación ideológica contraria a la que sostiene el medio, para rebajarlo y desautorizarlo sin argumentos. Véase el comienzo del reportaje “Desmontando a la monja-bulo”:

Todos los narradores conocen la combinación perfecta para una buena historia: una víctima, un villano y un héroe. Y lo que vale para la ficción sirve también para una buena teoría conspirativa. Por poner un ejemplo nada al azar: la situación de la nueva gripe y la próxima vacuna. El reparto es fácil: la víctima es la humanidad, la verdad científica, los pobres del mundo; los villanos, la industria farmacéutica, la Organización Mundial de la Salud; y el héroe -escojamos uno; en este caso, una heroína-, una monja benedictina de las montañas de Montserrat, Teresa Forcades, con su famoso vídeo *Campanas por la gripe A*.

Habría sido más fácil, lógicamente, centrarse en otros personajes que, al amparo de Internet, han transmitido mensajes apocalípticos. Pero fijarse en Rauni Kilde, ex ministra de Sanidad finlandesa reconvertida en apóstol del desastre gracias a la información que obtiene de los extraterrestres, sería demasiado fácil. (*El País*, 1-11-2009, 38)

Lo mismo ocurre cuando se manipula el contexto de interpretación a una reproducción literal para denigrarla mediante el humor, o cuando se priva de voz al adversario, desidentificándolo, al transmitir una información relativa a lo que dice (parafraseándolo y sintetizándolo interesadamente o fragmentando y mezclando elementos de su discurso con el discurso del periodista). O cuando se hace que los agentes del decir se conviertan en actantes. Por ejemplo, un acontecimiento lingüístico como es que Aguirre le dice a Ignacio González que se retire como candidato para presidir Caja Madrid se convierte en *Aguirre se doblega ante Rajoy*, *Esperanza Aguirre cede en la batalla de Caja Madrid*, en los ejemplos analizados. No hay que olvidar que el discurso informativo es un complejo heterogéneo de discursos de diversa procedencia, de manera que siempre es una *oblicua allocutio*: en la voz periodística se amalgaman otras procedentes de las fuentes informativas y de los personajes de relevancia social que son citados. En la medida en que los enunciados se ligan a unos o a otros por lazos semántico-referenciales y el modo en que se

configura ello en el texto es decisivo para la transmisión de la información desde una ideología determinada:

Invertir en Afinsa y Fórum Filatélico, intervenidas por la Audiencia Nacional por una supuesta estafa masiva con 350.000 afectados, supone una garantía en rentabilidad y una seguridad contra el fraude. Lo mantuvo el *Boletín Económico de Información Comercial Española* (ICE), una publicación oficial del Ministerio de Economía que, en su número 2713, del 17 de diciembre de 2001, recomendó adquirir sellos para obtener rentabilidades cercanas al 10%. (*El País*, 19-5-06, 23)

Este es un ejemplo típico de manipulación informativa (sin anomalías en la sintaxis), pues en una misma estructura sintáctica se mezclan dos subjetividades no sólo diferentes, sino con conocimientos del mundo incompatibles. Por un lado, el conocimiento del periodista que sabe del fraude actual de esas sociedades de inversión y se lo recuerda a su interlocutor en la aposición explicativa, por otro lo atribuido a la publicación del *Boletín* que se entrecomilla como no asumido por la instancia periodística, y que debe ponerse en relación con un antes temporal (situación de enunciación original) de desconocimiento del fraude pero de constatación de beneficios. Las referencias a las que remite el enunciado *X supone Y*, no pueden nunca ser asumidas por la instancia original porque unas se miden con respecto a lo real del mundo actual y otras, metadiscursivamente, respecto a otro discurso. Pese a ello la organización textual del periodista que reproduce hace asumir a esa publicación oficial del Ministerio de Economía ambas referencias por eso se habla de manipulación informativa.

Asimismo hay manipulación cuando se ponen en relación dos o más informaciones, aparentemente co-orientadas, que pueden llevar a conclusiones falsas:

La delincuencia y la criminalidad aumentaron en España durante el año 2007 un 60% con respecto al año anterior. Los informes policiales señalan que sólo en Madrid dos de cada tres delitos están cometidos por inmigrantes.

La yuxtaposición de esos enunciados activa en el lector relaciones semántico-referenciales por contigüidad e interpreta uno por relación al otro, así que termina pensando que la delincuencia y la criminalidad son asunto de inmigrantes.

c) Utilizar en el discurso falacias o paralogismos que aplican a las premisas de partida un modo de deducción no válido. Por ejemplo, la argumentación *ad ignorantiam* tiene que ver con la carga de la prueba, pues se presenta un argumento para defender una causa, apelando a su inexistencia. La argumentación *ad misericordiam* apela a la empatía introduciendo en el debate argumentos de tipo emocional. La argumentación *ad verecundiam* apela a una cierta autoridad no compartida necesariamente. La argumentación *ad personam* que descalifica las tesis adversarias si exponer razones.

4. ANÁLISIS DEL TEXTO “DESMONTANDO A LA MONJA-BULO”

Me ha parecido interesante traer como caso práctico para analizar las relaciones entre lengua y manipulación en el discurso mediático el texto “Desmontando a la monja-bulo”, firmado por María R. Sahuquillo y Emilio de Benito (*El País*, 1-11-2009, 38-39. ver anexo), por varias razones: por un lado, se ha publicado unos días antes de la celebración de las Jornadas, por lo que su actualidad es máxima y no es necesario explicitar el contexto social en que se va a interpretar (las dudas hacia la efectividad de la nueva vacuna contra la gripe A y las campañas en pro de la vacunación en los llamados grupos de riesgo). Por otro lado, hablar de *dudas* implica que en el orden discursivo en que se mueven los medios de comunicación existen discursos contradictorios con respecto a este asunto y no todos tienen el mismo tratamiento ni el mismo peso o alcance mediático (sin contar con el hecho de que las autoridades sanitarias utilizan los medios para hacer llegar a la población medidas preventivas que garantizan la salud de los ciudadanos). Así, unos discursos avalan la conveniencia de la vacunación por tratarse de una “pandemia”, otros ponen en cuestión la misma definición de pandemia, así como los principios deontológicos y científicos que han guiado la preparación bioquímica de tales vacunas: tanto en la manipulación de los virales (posibles fallos y equivocaciones) como en la ganancia económica que supone para la industria farmacéutica la extensión universal de las campañas de vacunación y la inmunización contra ese virus.

Además, es interesante observar la competencia a la que Internet somete a la información mediática tradicional y cómo, a veces, es necesario que los propios medios intenten recobrar el espacio que creen que les pertenece: veracidad, autenticidad e imparcialidad de la información que

trasmiten a la sociedad, porque se sabe que está sometida a control (aunque no siempre se sepa de qué tipo es dicho control), frente a falsedad (*bulo*²¹), parcialidad o indiscriminación de los contenidos y fuentes, por ausencia de un control que filtre la información aparecida en Internet. Esto implica que por fuerza ha de darse una relación intertextual entre los diferentes tipos de discursos que se replican y se contienen unos a otros. Esto es, se aluden, se refieren, se citan desde diferentes perspectivas ideológicas

Esto es lo que ocurre en el artículo de *El País*. Los redactores se refieren al vídeo de casi una hora de duración *Campanas por la gripe A*, cuya autora es Teresa Forcades²² —una médica que también es monja benedictina (aparece en el vídeo vestida de religiosa)—, con intención de desautorizarlo por falta de pruebas claras sobre la verdad de sus tesis. Forcades habla a la cámara para alertar sobre las posibles consecuencias de inmunizar a la población contra un virus —no tan letal como la OMS ha hecho creer— con vacunas no muy probadas. Su finalidad es emprender una campaña de deslegitimación de las voces autorizadas (la OMS, la Agencia Europea del Medicamento, las empresas farmacéuticas), pues, según Forcades, tienen intereses ocultos.

Sin embargo, en el reportaje periodístico se apela a la empatía con los lectores procurando un estilo ameno, desenfadado, casi coloquial (y esto es otro tipo de manipulación), pero poco riguroso argumentativamente, pues, se mezclan indiscriminadamente exposición informativa (los hechos que se pretenden desmontar) y opinión (valoraciones, apreciaciones subjetivas, ironía, ridiculización de las tesis expuestas) y descalificación personal de la monja (*monja-bulo*). Véase la siguiente muestra:

- Porque el mérito de Forcades es que *—a pesar o gracias al hábito— parece seria, y, seguramente, actúa con buena intención. Con la mejor.*
- *Como Mary Poppins*, ella también, entre cucharada y cucharada de azúcar, puede hacer comulgar (*nunca mejor dicho*) con ruedas de molino.
- *—la médica no duda en compartir sus méritos—*
- *Ya está uno de los villanos descubierto: el laboratorio*
- *Vayamos ahora a por otro [villano] más gordo: la Organización Mundial de la Salud.*

²¹ Buló.- Noticia falsa propalada con algún fin (<<http://buscon.rae.es>> lema /buló/ consulta 3-11-2009).

²² El vídeo, grabado el 23 de septiembre de 2009, puede verse en YouTube <<http://www.youtube.com/watch?v=sEPYv6hkaTM>>.

- *Acabada la ciencia, Forcades se lanza a la conspiración pura y dura.* “Siempre ha habido grupos que quieren dominar el mundo... con buena intención”, señala la religiosa, *cuya única publicación conocida es un librito llamado Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas.*
- *Claro que hay más. De repente,* Forcades hace una mención a cómo se van a enriquecer “los Rockefeller y los Rothschild”.
- *Y, para acabar,* Forcades *permite* que todos seamos héroes.

La idea que se persigue en este texto periodístico es que se haga caso de las recomendaciones de las voces realmente autorizadas (y que aparecen bien tratadas en la información), que aconsejan a los gobiernos vacunar a la población de riesgo. Sus autores toman posiciones para cumplir un objetivo beneficioso para la ciudadanía: atajar lo que corre por Internet como un bulo (la verdad científica del discurso de Forcades no está constatada) que ha originado en la sociedad un movimiento creciente de sospecha ante la campaña de vacunación que llama a la rebelión (el número de visitas al vídeo lo demuestra). Sin embargo, tan altruista función social que se atribuyen los medios no se consigue, precisamente por la forma de tratar el asunto²³. No sólo porque apenas se contraponen a las tesis de Forcades argumentos científicos, datos, provenientes de voces cualificadas (argumentos *ad verecundiam*), sino porque cuando se proporcionan, las muestras de otros discursos no son datos, sino más bien valoraciones:

- Esta característica [actuar con buena intención] es la primera que destaca el epidemiólogo Andreu Segura. “*Lo más importante es que está convencida de lo que dice y que es honesta pensándolo*”, señala.
- Y, como hubo un fallo, existe el “peligro real” de que las futuras vacunas que fabrique este laboratorio *-que no se van a usar en España-* “estén contaminadas”. *Uno de los puntos que Segura rechaza, porque “entra en el juego del catastrofismo”.* [aunque se apele a una autoridad, el epidemiólogo, el argumento *ad verecundiam* elegido carece de rigor científico y es más una valoración]
- Como dice Pilar Pérez Breña, jefa de Virología del Centro Nacional de Epidemiología, “*uno supone que por ser monja y por estar en un convento no puede mentir o no tener razón*”. “*No tiene sentido que la industria farmacéutica quiera matar a sus propios clientes*” [argumento *ad ignorantiam* no sirve como prueba para contraargumentar a Forcades], sostiene la viróloga.

²³ Así lo constata la Defensora del Lector en su artículo “La monja y la teoría de la conspiración” (*El País*, 8-11-2009, 31).

O, simplemente, porque esos discursos autorizados no parecen discrepar tanto como se aparenta con respecto al discurso de Forcades:

- La monja afirma que sólo en el caso de pandemia la OMS puede conseguir que sus “recomendaciones” sean “órdenes” para los países, lo que le permitiría obligar a vacunar a la población sin su consentimiento o a decretar cuarentenas o aislamientos [...]

Una portavoz del Ministerio de Sanidad español²⁴ *-en cuyas guías sí que se incluyen estas medidas para casos extremos-* lo niega. “Sería la agencia de la ONU con más poder del mundo”, señala [obsérvese que es una valoración dada como un argumento *ad ignorantiam* y no sirve para objetar las tesis de Forcades]. Curiosamente, esta supuesta amenaza a la libertad es lo que menos preocupa a Segura. “*En determinadas circunstancias y siempre con una justificación explícita y clara y luego rindiendo cuentas, es admisible y conveniente la coerción sobre particulares para proteger la salud del conjunto.* Ella se opone a la obligatoriedad de la vacuna en cualquier caso. Yo no lo tengo tan claro”. Aunque admite que, dada la levedad de esta gripe, no es la situación. [Obsérvese que, en cierta medida, la cita de Segura da la razón al argumento de Forcades sobre el poder de la OMS. La objeción es una cuestión de pareceres: “yo no lo tengo tan claro”].

- Una preocupación, la de la seguridad, compartida por algunos miembros de la comunidad científica *-aunque por distintos motivos que los de Forcades-* que mientras se realizaban los ensayos mostraron su inquietud por la posibilidad de que se prescindiese de algunos pasos para acelerar la aprobación del fármaco. [No hay objeción, sino referencia a motivos diferentes que bastan para descalificar los que no son compartidos, pero no se justifica el rechazo]

Tampoco parece discrepar tanto el discurso de los propios periodistas con respecto a lo sostenido por Forcades, aunque se minimice luego la coincidencia con referencias preventivas:

La verdad es que, efectivamente, hubo un error, pero éste nunca supuso un peligro para nadie, porque la posible vacuna contra la gripe aviar está sólo en fase de experi-

²⁴ Obsérvese que no está identificada la fuente que se opone a la tesis de Forcades. Mientras que la fuente identificada, el epidemiólogo Segura, no sólo no desmiente lo dicho en el vídeo, sino que lo subraya (también los periodistas en el inciso). La discrepancia es un asunto de opiniones: “Ella se opone a la obligatoriedad de la vacuna en cualquier caso. Yo no lo tengo tan claro”.

mentación (por eso se inyectó a hurones). *Por si acaso*, tanto el Gobierno austriaco como la OMS investigaron el caso.

Pero, sobre todo, el texto no consigue su objetivo por las descalificaciones continuas a las que se somete a Teresa Forcades. Ya en el título se la agrede con la aposición que la va a identificar a lo largo del texto: *monja-bulo*, pero también cuando se la compara con un personaje de ficción Mary Poppins o cuando implícitamente se la califica de heroína, pues se sobrentiende que la anterior es Forcades:

Pero, al minuto seis, *aparece otra heroína*, la periodista Jane Bürgermeister, y su denuncia sobre “bioterrorismo e intento de cometer asesinato” contra uno de los laboratorios que fabrica vacunas contra la gripe, Baxter.

Del mismo modo, el discurso de Forcades aparece interpretado y fundido con la interpretación periodística, en cuyo relato la sintaxis aparece trufada de islotes entrecomillados, atribuidos así a ella, pero descontextualizados del discurso original. Es decir, se manipula su discurso y se desidentifica a la locutora originaria, pero se explicita una distancia enunciativa por parte de los periodistas que evalúan crítica e irónicamente la expresión. Asimismo, la contextualización de la situación de comunicación y ademanes de Forcades apuntan a esta distancia irónica:

- *Mirando a los ojos del televidente y con una ceja levemente levantada*, Forcades explica la historia descubierta por Bürgermeister. En enero, Baxter envió a varios laboratorios muestras de gripe aviar. En ellas había virus no desactivados. El resultado fue que los hurones inoculados en un centro checo murieron. Esta contaminación es “extremadamente improbable”, admiten tanto Forcades como Baxter. Parece “más probable pensar que haya mala intención”, añade Forcades. Parece. *No lo afirma; lo deja caer.*
- *Eso no quita para que Forcades vuelva varias veces sobre el asunto.* Si a “un técnico de laboratorio” *-la médica no duda en compartir sus méritos-* no se le hubiera ocurrido “por su cuenta” probar el material de Baxter, “tendríamos una pandemia”, dice más adelante. Y, como hubo un fallo, existe el “peligro real” de que las futuras vacunas que fabrique este laboratorio *-que no se van a usar en España-* “estén contaminadas”. Uno de los puntos que Segura rechaza, porque “entra en el juego del catastrofismo”.
- *Lo que no está claro es por qué supone Forcades* que la OMS manipuló sus propios reglamentos (la semana pasada en Madrid su representante Cristiana Salvi lo negó,

aunque admitió que esa escala de alerta no era la adecuada y que habría que cambiarla). *La monja afirma* que sólo en el caso de pandemia la OMS puede conseguir que sus “recomendaciones” sean “órdenes” para los países, lo que le permitiría obligar a vacunar a la población sin su consentimiento o a decretar cuarentenas o aislamientos. *Ya está el segundo villano desenmascarado*. [Obsérvese que pese a que se dice “lo que no está claro es...”, las referencias internas *Forcades ... La monja afirma* que se establecen para la cohesión textual, determinan una explicación desde la subjetividad periodística de posibles razones para suponer que la OMS, es decir, un sentido, una coherencia]

- *No queda claro si Forcades apoya esta teoría*. “No digo que no pueda ser”, dice refiriéndose a un posible complot para reducir a la mitad la población del mundo. Existe “la posibilidad”, añade. Aunque inmediatamente matiza: “Casi me arrepiento de haberlo dicho”. *Pero no lo quita del vídeo*.

Igualmente, se modalizan suspendiendo el valor de verdad que puedan tener los méritos científicos de Forcades: “Es médica por la Universidad de Barcelona, y *afirma que* se especializó en Medicina Interna en Nueva York”. Y se minimiza con un diminutivo la importancia de sus investigaciones o su aportación científica: “señala la religiosa, *cuya única publicación conocida es un librito* llamado *Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas*. Forcades, *que al parecer* realiza un doctorado sobre Terapias Alternativas”. Con estas técnicas de manipulación, la imagen de Forcades se ve afectada y desautorizada, para concluir con una reducción al absurdo que degrada irónicamente aún más sus posiciones: “Dos propuestas tan lógicas que no hay nadie, incluido el Ministerio de Sanidad español, que no esté de acuerdo”.

5. CONCLUSIONES

Después de estos análisis sobre el uso del lenguaje y la manipulación del discurso informativo, cabe preguntarse cómo hacer que el efecto pretendido no coincida con el conseguido. Esto es, cómo no convertirnos en sujetos afectados por la manipulación, en sujetos manipulados. Para ello no cabe más que volver al comienzo, a la introducción. En primer lugar, asumiendo esta dinámica como consustancial a los medios y no como un hecho excepcional. Pero, sobre todo, educando críticamente a los futuros consumidores de información mediática (nuestros alumnos), proporcionándoles en las clases de lengua española los conocimientos requeri-

dos para saber prevenirse ante la manipulación. Esto es, enseñar lengua, gramática, léxico y semántica con una visión integradora y aplicada a la realidad. De una manera práctica y menos teórica (porque la enseñanza teórica y formal en esos niveles de enseñanza, a lo sumo, sólo lleva a aplicar etiquetas debajo de cada secuencia analizada):

- a) Para que sepan interpretar esos discursos y no consideren ingenuamente que el acto de informar es altruista y que la labor del periodismo consiste exclusivamente en *hacer saber* a la ciudadanía algo que a esta le interesa y que desconoce. Para que sepan que los discursos están cargados de intenciones. Es el principio de influencia que gobierna el objetivo de todo acto de comunicación, pero que en el discurso informativo mediático se institucionaliza y se solapa con otras intenciones no siempre bien explicitadas.
- b) Para que aprendan a formularse cuestiones como: ¿quién se beneficia de lo informado y qué lo motiva a informar en este sentido y no en otro? ¿De dónde procede su saber y de qué naturaleza es (qué fuentes ha utilizado)? ¿A quién va dirigida realmente la información? ¿Cuál es el resultado pragmático y social, y cuál su efecto individual?
- c) Instándoles a que se cuestione sobre la *autenticidad* del hecho informativo (¿existe realmente esto?), sobre su *verosimilitud* (¿puede ser así como se relata?), la pertinencia (¿por qué se comunica ahora y de esta manera?). Y, sobre todo, para que se pregunte por quiénes son los agentes del discurso y qué ideología pretenden transmitir.
- d) Animándoles a diversificar y multiplicar los medios de comunicación que consumen.
- e) Instruyéndoles en el dominio de todas las claves del discurso y en el uso de una variedad prestigiosa de la lengua.
- f) Enseñándoles a interpretar los textos en consonancia con el género al que pertenecen.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cassany, D., M. Luna y G. Sanz, 1995, *Enseñar Lengua*, Barcelona, Graó.

- Cassetti, F. y F. Di Chio, 1999, *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*, Barcelona, Paidós.
- Charaudeau, P., 1995, "Rôles sociaux et rôles langagiers", *Modèles de l'interaction verbale*, Aix-en-Provence, Université de Aix-en-Provence, pp. 79-96.
- Charaudeau, P., 2003, *El discurso de la información mediática. La construcción del espejo social*, Barcelona, Gedisa.
- González Cantos, M. D., 2001, "Enseñar lengua en Andalucía", en A. Narbona (ed.), *Actas de las jornadas sobre El habla andaluza, febrero 2000*, Estepa, Ayuntamiento de Estepa, pp. 231-255.
- González Cantos, M. D., 2007, "Aplicaciones didácticas de las teorías del Análisis del Discurso a la enseñanza de los discursos orales", en L. Cortés et al. (coords.), *Discurso y oralidad. Homenaje al profesor J. J. de Bustos Tovar*, Madrid, Arco Libros, pp. 269-280.
- López García, Á., 1996, *Escritura e información. La estructura del lenguaje periodístico*, Madrid, Cátedra.
- Méndez G^a de Paredes, E., 2001, "Aspectos gramaticales y discursivos de los verbos de comunicación", en E. Méndez, J. Mendoza y Y. Congosto (eds.), *Indagaciones sobre la lengua. Estudios de filología y lingüística españolas en memoria de Emilio Alarcos*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 349-370.
- Rodrigo Alsina, M., 1991, *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós.
- Sánchez Noriega, J. L., 2002, *Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*, Madrid, Tecnos.
- Van Dijk, T. A., 1990, *La noticia como discurso*, Barcelona, Paidós.
- Verón, E., 1983, *Construir el acontecimiento*, Barcelona, Gedisa.

ANEXOS

A)

Desmontando a la monja bulo *El País* (Vida y Artes), 1-11-09, 38-39

María R. Sahuquillo / Emilio de Benito

Todos los narradores conocen la combinación perfecta para una buena historia: una víctima, un villano y un héroe. Y lo que vale para la ficción sirve también para una buena teoría conspirativa. Por poner un ejemplo nada al azar: la situación de la nueva gripe y la próxima

vacuna. El reparto es fácil: la víctima es la humanidad, la verdad científica, los pobres del mundo; los villanos, la industria farmacéutica, la Organización Mundial de la Salud; y el héroe -escojamos uno; en este caso, una heroína-, una monja benedictina de las montañas de Montserrat, Teresa Forcades, con su famoso vídeo *Campanas por la gripe A*.

Habría sido más fácil, lógicamente, centrarse en otros personajes que, al amparo de Internet, han transmitido mensajes apocalípticos. Pero fijarse en Rauni Kilde, ex ministra de Sanidad finlandesa reconvertida en apóstol del desastre gracias a la información que obtiene de los extraterrestres, sería demasiado fácil.

Porque el mérito de Forcades es que -a pesar o gracias al hábito- parece seria, y, seguramente, actúa con buena intención. Con la mejor. Es médica por la Universidad de Barcelona, y afirma que se especializó en Medicina Interna en Nueva York. De hecho, la suya es, de todas las iniciativas ciudadanas, una de las mejor fundamentadas. Y ahí está el mérito. Como Mary Poppins, ella también, entre cucharada y cucharada de azúcar, puede hacer comulgar (nunca mejor dicho) con ruedas de molino.

Esta característica es la primera que destaca el epidemiólogo Andreu Segura. "Lo más importante es que está convencida de lo que dice y que es honesta pensándolo", señala.

Forcades, que en las semanas posteriores a colgar su vídeo en YouTube ha participado en varios programas de televisión y de radio en los que ha explicado su teoría de que la de la nueva gripe es una pandemia creada por los grandes laboratorios, está ahora ilocalizable. EL PAÍS ha tratado de ponerse en contacto con ella sin éxito. "Estará estudiando o dando clases. Últimamente está muy ocupada", intenta disculparla tímidamente una de sus hermanas del monasterio Sant Benet. "Vive ahora en Alemania", dice. Pero la Red es ineludible casi siempre, y el vídeo de Forcades tiene cientos de miles de visitas en YouTube y ha sido enlazado a centenares de webs. En la filmación, de alrededor de una hora, hay mucho de ese azúcar de Poppins. Empieza por un recorrido histórico, casos de gripe A, informes sobre la baja letalidad del virus... nada que ningún epidemiólogo no habría suscrito. Pero, al minuto seis, aparece otra heroína, la periodista Jane Bürgermeister, y su denuncia sobre "bioterrorismo e intento de cometer asesinato" contra uno de los laboratorios que fabrica vacunas contra la gripe, Baxter.

Mirando a los ojos del televidente y con una ceja levemente levantada, Forcades explica la historia descubierta por Bürgermeister. En enero, Baxter envió a varios laboratorios muestras de gripe aviar. En ellas había virus no desactivados. El resultado fue que los hurones inoculados en un centro checo murieron. Esta contaminación es "extremadamente improbable", admiten tanto Forcades como Baxter. Parece "más probable pensar que haya mala intención", añade Forcades. Parece. No lo afirma; lo deja caer.

La verdad es que, efectivamente, hubo un error, pero éste nunca supuso un peligro para nadie, porque la posible vacuna contra la gripe aviar está sólo en fase de experimentación (por eso se inyectó a hurones). Por si acaso, tanto el Gobierno austriaco como la OMS investigaron el caso. Ni siquiera el personal que manejó aquel material ha tenido secuelas.

Eso no quita para que Forcades vuelva varias veces sobre el asunto. Si a "un técnico de laboratorio" -la médica no duda en compartir sus méritos- no se le hubiera ocurrido "por su cuenta" probar el material de Baxter, "tendríamos una pandemia", dice más adelante. Y, como hubo un fallo, existe el "peligro real" de que las futuras vacunas que fabrique este laboratorio -que no se van a usar en España- "estén contaminadas". Uno de los puntos que Segura rechaza, porque "entra en el juego del catastrofismo".

Una preocupación, la de la seguridad, compartida por algunos miembros de la comunidad científica -aunque por distintos motivos que los de Forcades- que mientras se realizaban los ensayos mostraron su inquietud por la posibilidad de que se prescindiese de algunos pasos para acelerar la aprobación del fármaco. Algo que, sin embargo, no ha ocurrido. El viernes mismo, la OMS defendió, una vez más, la seguridad de las vacunas que se están elaborando. Tanto si portan o no los polémicos coadyuvantes -sustancias que aumentan la potencia inmunológica del antígeno y de los que también habla Forcades, quien sostiene que no son fiables y que pueden producir gravísimos efectos secundarios- la OMS garantiza la seguridad de las vacunas. También la Agencia Europea del Medicamento.

Pero el miedo a la inmunización está ahí y el polémico vídeo de la monja que habla sobre la gripe A también es de lo más comentado entre la siempre tan mesurada comunidad científica. "Creo en la libertad de expresión y no dudo de la buena voluntad de esta persona. Hace algunas afirmaciones que pueden tener verosimilitud, pero a su vez comete multitud de inexactitudes. Habla del riesgo de meter a la población virus vivos insinuando intenciones devastadoras (parece desconocer que en nuestro medio las vacunas no contienen virus vivos, sino que son inactivadas), sugiere terribles riesgos de los adyuvantes y otros extremos que, sin hacer juicio de intenciones, al menos muestran serio desconocimiento de la materia", asegura José María Martín Moreno, catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Valencia. Una opinión que comparte Juan Martínez Hernández, experto en Medicina Preventiva y asesor científico de la Organización Médica Colegial (OMC), que asegura que Forcades mezcla las cosas "con un evidente propósito de desprestigiar la vacunación". "Los laboratorios llevan más de 10 años desarrollando adyuvantes para potenciar el efecto de sus vacunas", sostiene indignado Martínez Hernández.

Ya está uno de los villanos descubierto: el laboratorio.

Como dice Pilar Pérez Breña, jefa de Virología del Centro Nacional de Epidemiología, "uno supone que por ser monja y por estar en un convento no puede mentir o no tener razón". "No tiene sentido que la industria farmacéutica quiera matar a sus propios clientes", sostiene la viróloga.

Vayamos ahora a por otro más gordo: la Organización Mundial de la Salud. Según explica Forcades citando a la cadena CNN, la OMS cambió en mayo su definición de pandemia en una parte de su *web* para que se ajustara a la situación de la nueva gripe. No se trata de un cambio menor: quitar de las condiciones necesarias la necesidad de que se hable de una enfermedad grave. Un punto que José María Martín Moreno, que además es asesor de la

OMS, niega. "La definición de fase pandémica estaba ya establecida desde hace años. Lo que se hizo no fue cambiarla sino dejar explícito que el término pandemia no significaba nada más (ni nada menos) que una enfermedad que se ha propagado con incidencia superior a la habitual en muchas regiones del mundo", asegura.

Tal y como dice Martín Moreno, en mayo de 2005 ya estaban definidas las fases actuales. Lo demuestra el documento de preparación ante la gripe aviar del Gobierno español, en el que se copiaron letra por letra los niveles de la OMS. Y ahí no había mención alguna a la gravedad de la enfermedad, sino sólo a la facilidad de transmisión entre personas y en distintas zonas geográficas. Las dos condiciones que llevaron a la OMS a declarar la pandemia el 11 de junio de 2009.

Lo que no está claro es por qué supone Forcades que la OMS manipuló sus propios reglamentos (la semana pasada en Madrid su representante Cristiana Salvi lo negó, aunque admitió que esa escala de alerta no era la adecuada y que habría que cambiarla). La monja afirma que sólo en el caso de pandemia la OMS puede conseguir que sus "recomendaciones" sean "órdenes" para los países, lo que le permitiría obligar a vacunar a la población sin su consentimiento o a decretar cuarentenas o aislamientos. Ya está el segundo villano desmascarado.

Una portavoz del Ministerio de Sanidad español -en cuyas guías sí que se incluyen estas medidas para casos extremos- lo niega. "Sería la agencia de la ONU con más poder del mundo", señala. Curiosamente, esta supuesta amenaza a la libertad es lo que menos preocupa a Segura. "En determinadas circunstancias y siempre con una justificación explícita y clara y luego rindiendo cuentas, es admisible y conveniente la coerción sobre particulares para proteger la salud del conjunto. Ella se opone a la obligatoriedad de la vacuna en cualquier caso. Yo no lo tengo tan claro". Aunque admite que, dada la levedad de esta gripe, no es la situación.

Acabada la ciencia, Forcades se lanza a la conspiración pura y dura. "Siempre ha habido grupos que quieren dominar el mundo... con buena intención", señala la religiosa, cuya única publicación conocida es un librito llamado *Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas*. Forcades, que al parecer realiza un doctorado sobre Terapias Alternativas, también recuerda que hay teorías que -como sostiene la finlandesa Kilde- indican que estamos ante un "exceso de población", y que una pandemia a tiempo (o una vacuna convenientemente contaminada) puede servir para acabar con la superpoblación.

No es una idea nueva. Los integristas musulmanes del norte de Nigeria se oponían a la vacunar a los niños contra la polio porque decían que el fármaco era un arma estadounidense para propagar el sida y para dejar estériles a las niñas (el daño de la vacuna contra la meningitis de Pfizer en 1996 todavía colea, reavivado por el libro y la película *El jardinero fiel*).

No queda claro si Forcades apoya esta teoría. "No digo que no pueda ser", dice refiriéndose a un posible complot para reducir a la mitad la población del mundo. Existe "la posibi-

lidad", añade. Aunque inmediatamente matiza: "Casi me arrepiento de haberlo dicho". Pero no lo quita del vídeo.

Claro que hay más. De repente, Forcades hace una mención a cómo se van a enriquecer "los Rockefeller y los Rothschild". Y una mención a otras luchas populares, como la de los transgénicos o la movilización de la calle ante la gestión del PP de los atentados del 11-M. Es algo que no tiene nada que ver, pero que ayuda a dar un perfil de persona moderna y comprometida.

Y, para acabar, Forcades permite que todos seamos héroes. Primero, no vacunándonos. Y, segundo, luchando por dos asuntos: que el que no quiera no se vea forzado a inmunizarse; y que si alguien lo hace y sufre algún efecto adverso, pueda reclamar una indemnización. Dos propuestas tan lógicas que no hay nadie, incluido el Ministerio de Sanidad español, que no esté de acuerdo.

B)

QUINO

<p>BOSROVÓ UN SOLDADO DEL EJÉRCITO QUE APOYA AL DEMOCRÁTICO PRESIDENTE MAZÉVICH RESALA CHOCOLATE A UNA MADRE Y SU HIJITA ENTRE LAS RUINAS DE SU CASA DESTRUIDA POR GUERRILLEROS.</p>	<p>SAN JUAN DE TALPINOZ UN AGENTE DEL CUERPO ANTINARCÓTIOS CONTROLA LOS DOCUMENTOS DE UNA CAMPESINA, MUJERAS DE ELAS UTILIZAN A SUS HIJOS PARA PASAR DROGA DOLITA EN SUS ZUQUETES.</p>
<p>MAHÍ PARA CELEBRAR EL DÍA DEL EJÉRCITO LAS MUJERES DE ESTE PEQUEÑO PAÍS SIGUEN LA ANTIGUA TRADICIÓN DE CONSEGUIR A CADA SOLDADO TABLETAS DE AZÚCAR, UN TÍPICO DULCE ELABORADO CON SEMILLAS DE PEHU.</p>	<p>GINERRA UN INFORME DEL UNICEF REVELA QUE CRICE EN TODO EL MUNDO EL NÚMERO DE NIÑOS VÍCTIMAS DE ABUSO SEXUAL. EN LA FOTO, UNA MADRE OFRECE SU PEQUEÑA HSA A UN IGNITO SOLDADO A CAMBIO DE UN POCO DE CHOCOLATE.</p>
<p>KAFARU UNA PEQUEÑA AKARUZI ENTREGA A UN INTEGRANTE DE LA MILICIA MENSADONES PAPA PAZ UN PEDAZO DE ABRACEDICIMIENTO POR HABER DADO MUERTE A LOS NIÑOS MALUPTAIS QUE HABIAN ROBADO MENCA.</p>	<p>BOSROVÓ UN GUERRILLERO DEL FRENTE PATRÓTIPO RESALA CHOCOLATE A UNA MADRE Y SU HIJITA ENTRE LAS RUINAS DE SU CASA DESTRUIDA POR EL EJÉRCITO QUE APOYA AL BABUNARIO PE MAZÉVICH.</p>