

ENTREVISTA A VÍCTOR SAMPEDRO

«Debemos replantear la información y los medios desde los derechos y como bien común»

Nuria del Viso

FUHEM Ecosocial

Los medios de comunicación han experimentado en las últimas décadas la financiarización de su capital, con la entrada en su accionariado de bancos y empresas productivas y su cotización en Bolsa, y un rápido proceso de concentración en grandes grupos mediáticos. Esto, junto a la irrupción de internet, redes sociales y móviles –que han multiplicado las posibilidades de diseminar información y opinión prácticamente a todo aquel con acceso a un dispositivo con conexión– han transformado las lógicas de los medios de comunicación de masas. En paralelo, el derecho a la información ha quedado arrinconado por criterios de éxito comercial y competitividad. Para explorar cuáles son los efectos de todo ello en los medios, hemos conversado con Víctor Sampedro, catedrático de Opinión Pública y Comunicación Política (URJC, Madrid) y profesor-Investigador invitado de Comunicació i Política (UPF, Barcelona). Pertenece, entre otros, a los Consejos Editoriales de *Political Communication*, *International Journal of Press and Politics* y del Centro de Investigaciones Sociológicas. Ha escrito más de una decena de libros sobre campañas y elecciones, nuevas tecnologías-comunicación, movilización social y electoral, identidades colectivas y medios, y nuevos géneros de información política, además de numerosos artículos.

Nuria del Viso (NdV): En el actual panorama de los medios de comunicación convencionales, ¿qué tipo de información se privilegia? ¿Cómo y quién lo decide?

Víctor Sampedro (VS): Las decisiones se toman en los medios igual que en cualquier otra institución: por rutina. La gente funciona con unos protocolos que cree efectivos. Hasta ahora se creía adecuado construir una agenda mediática que era efectiva en términos de lucro económico y de relaciones de poder convenientes para las empresas mediáticas. Esto implicaba una serie de rutinas: primaban las fuentes oficiales con poder, daban visibilidad a aquellos políticos o financieros que le podían apoyar, y evitaban ser molestas con quienes les

podían perjudicar en su expansión empresarial. De esta manera, producían mucha información de forma muy rápida y con fuentes muy accesibles dándoles visibilidad pública.

El problema es que la cobertura mediática convencional ha acabado convertida en propaganda en el plano político y en publicidad en el económico. Es decir, muchas noticias funcionan como carteles electorales encubiertos y/o campañas publicitarias de empresas y mega corporaciones. Esto se sostenía mientras creíamos que algo de esa realidad mediática era cierta y nos permitía "vigilar el entorno", enterarnos de lo que pasaba para poder reaccionar. Pero las fuentes alternativas de información han desvelado esas agendas mediáticas como agendas del poder. Ese entramado entra en crisis cuando surge un espacio público digital que, sin idealizarlo, crea la posibilidad de desvelar los flujos noticiosos convencionales como propaganda política y publicidad corporativa.

NdV: Durante décadas, la información se entendió como un derecho, incluso está así recogido en la Constitución española, pero la financiarización y concentración de los medios de comunicación ha ido en sentido contrario. ¿En qué medida han afectado estos cambios al derecho a la información?

VS: El que no se hable ahora de la información como derecho y que lo hagan organizaciones que se consideran antiguas o desfasadas, como UNESCO o la ONU, indica varias cosas: quienes critican el derecho a la información son los grandes voceros del neoconservadurismo, para el cual realmente no existen los derechos colectivos. Por eso, en el marco *neoon* el derecho de la ciudadanía a una información veraz no tiene ningún sentido: o se paga o no se disfruta. A ello se sumó la transformación de los medios públicos, al margen de los intereses de mercado y de las organizaciones políticas. Y que en nuestro país siempre fueron pensados como medios gubernamentales: en manos del gobierno de turno.

Para recuperar el lenguaje de los derechos en relación a la información o la comunicación debemos reclamarnos sujetos políticos y comunicativos de pleno derecho, reconociendo que podemos emitir flujos de información haciendo un uso inteligente y estratégico de las nuevas tecnologías. Necesitamos

«La información pública ha acabado convertida en información gubernamental y en publicidad corporativa, una comunicación que es ajena a los verdaderos intereses políticos, de participación, y económicos, de supervivencia. Solo cabe reivindicar que somos nosotras las que tenemos que hacer la información»

coordinarnos y autoconvocarnos en red, de modo para, literalmente, asegurar y acentuar los rasgos democráticos del poder. En algunas ocasiones lo hemos hecho con éxito, y se sigue haciendo en este país. Por ejemplo, la esfera pública digital ha supuesto la apertura y la receptividad de los representantes establecidos hacia nuevas demandas. Véanse las agendas

de los partidos que hace cuatro años negaban todas y cada una de las propuestas de nueva organización y de transparencia que han proliferado en las elecciones desde las Europeas de 2014. Además, se trata no solo de aumentar la receptividad, sino también la rendición de cuentas. O los mecanismos de transparencia se apoyan en el campo digital, o difícilmente van a poder prosperar en las instituciones. Podemos liberar un montón de información que es comprometedor para el poder y debiera haber vías institucionales para hacerlo. La última

«La aparición de fuentes alternativas de información ha desvelado las agendas mediáticas como agendas del poder»

parte se refiere al castigo o a la sanción política. El nivel en que en nuestro país se han utilizado las nuevas tecnologías y la autoconvocatoria del tejido social resulta apabullante. Todo arrancó con 'Nunca mais' y el 'No a la guerra', convertidos luego en el 'Pásalo' del 2004, más 'V de vivienda', más el 15M y todas las autoconvocatorias de las mareas. Te das cuenta de que hay una capacidad efectiva de ejercer la sanción política en la calle y que eso acaba

teniendo una traducción electoral. A las últimas elecciones me remito: el éxito de nuevos partidos y candidaturas –hablo de Podemos y de las candidaturas municipalistas ciudadanas–, que apenas solo cuentan con medios propios, la calle y la red. El rasgo diferencial e identificativo de lo que ahora se llama nueva política es que se financia con microdonaciones. Eso lo puede hacer un partido en red que llega hasta sus últimas consecuencias, concibiendo su propia economía en red y de forma distribuida. La tesis de fondo a recordar es que las tres funciones clásicas del poder democrático las han podido llevar a cabo las cibermultitudes. No son masas, sino individuos y grupos organizados que, sin perder su identidad, se unen en un momento dado para que el poder sea más receptivo; que rinda cuentas; y reciba sanción política.

NdV: ¿En qué medida en la sociedad actual debe considerarse la información como bien común?

VS: La información pública, que ha acabado convertida en información gubernamental y en publicidad corporativa, es ajena a los verdaderos intereses políticos, de participación y económicos. Incluso son contrarios a la supervivencia física y económica de nuestras sociedades, del planeta a escala global, por el modelo y los niveles de consumo y desarrollo (insostenibles) que promueven. Solo cabe reivindicar que somos nosotras las que tenemos que hacer la información, porque si no la hacemos, nos la van a hacer. Tenemos que construir las agendas de debate público que promuevan el bien común. Podemos cogestionarlo y responsabilizarnos de ello. Ahora sabemos que tenemos que crear instituciones que incentiven la cooperación, la horizontalidad, y que castiguen la no cooperación. Deberíamos ocuparnos de preservar un flujo de información que, sí o sí, va a ser libre o liberada. Los diseños económicos de los bienes comunes sirven también para la comunicación porque su gestión, como decía Ostrom, impide su degradación y asegura su viabilidad.

Por otra parte, el código con el que nos comunicamos debiera ser abierto, no solo libre, que de hecho ya lo es. Lo podemos privatizar un tiempo, pero a partir de ahí fluye sin apenas restricciones. Pero además, el código de la democracia del siglo XXI será abierto o no será, como el periodismo que defiende en *El Cuarto Poder en red*.¹ Porque ni las audiencias ni los votantes se fían ya de las noticias y las campañas electorales, y quieren participar en su construcción. O replanteamos la información y los medios de comunicación desde los derechos y el bien común, o nos va a ser muy difícil avanzar modelos viables de periodismo... y de partidos. Sin darnos cuenta, estamos diseñando nuevas instituciones, nuevas formas de hacer periodismo, nuevas formas de conocimiento y pedagogía social. Aunque hay muchos peros que poner a las utopías digitales, empujan la innovación social. La más urgente consiste en desplegar un código que sirva para ejercer de contrapoder, que es lo que corresponde hacer a la sociedad civil.

NdV: En el otro extremo del *continuum* comunicativo, la libertad de expresión parece hoy más vinculada a quien puede pagar por divulgar lo que quiere decir que a su sentido original de universalidad. De alguna manera, ¿podríamos decir que se está "privatizando" ese derecho? Si es así, esto nos remite a un problema en cuanto a calidad de la democracia...

VS: Ahí nos falta cultura política, y la poca que tenemos ha quedado desfasada; es decir, utilizamos conceptos que no dan cuenta de lo que ocurre. La privatización de la información –restringir el acceso a la buena información a quien puede pagarla– es consecuencia lógica de su mercantilización. Pero resulta muy difícil conseguir el suficiente número de personas dispuestas a pagar por buena información. Son sectores muy reducidos, un 10%, que se conoce como "público atento" o *influencers*: tienen influencia y la ejercen en las redes. ¿Qué hace el resto de medios que no cuentan con esas audiencias selectas, con capacidad adquisitiva y suficientes conocimientos para valorar la información –la buena información– y pagar por ella? Pues la banalizan y la trivializan hasta límites insospechados, vulnerando incluso los derechos humanos.

«Nos encontramos, por una parte, en un proceso de *elitización* de la información y, por otro, de masificación y trivialización. En medio surgen soluciones bastante inteligentes, entre el entretenimiento y la información, como la 'infosátira' de Wyoming o *Salvados*»

Si no hubiera un mínimo de control deontológico en la profesión, se vulneraría el derecho a la intimidad y a la imagen de manera flagrante. Encontramos, por una parte, un proceso de *elitización* de la información y, por otro, de masificación y trivialización. En medio, sin embargo, surgen soluciones bastantes inteligentes, que nos deben hacer pensar en nuevos formatos. Me refiero, por ejemplo, a dos programas de éxito, en los que es muy difícil delimitar si son

¹ V. Sampedro, *El Cuarto Poder en red. Por un periodismo de código libre*, Icaria, Barcelona, 2014.

entretenimiento o información: *Salvados* y *El intermedio*. Espectacularizan la vida política pero sin degradarla. Al contrario, al mostrarnos su nivel de degradación, nos promueven un debate político que quizá está más pegado a la realidad y a los intereses comunes de la gente. Creo que el pensamiento crítico, en vez de hablar únicamente de degradación, debería señalar las líneas de innovación que están surgiendo, que tienen muy en cuenta la participación ciudadana, presente en el rol que adopta Ébole o la sátira de Wyoming.

NdV: Los medios de comunicación constituyen un poderoso instrumento de reproducción ideológica del poder hegemónico. Como indica Manuel Castells, «son el medio donde se crea el poder y donde se deciden las relaciones de poder». Sin embargo, ese proceso ya no se produce en forma de censura directa, sino a través de estrategias más sutiles. ¿Qué instrumentos adopta hoy en día ese proceso?

VS: Hay dos instrumentos que creo que no han sido suficientemente señalados y que son clave para protegernos en nuestras prácticas mediáticas. El primero es el nivel de complejidad. Nos movemos a un nivel tecnológico tal que no nos permite ser conscientes de lo que estamos haciendo cuando utilizamos *software* privativo, corporativo, cuando estás utilizando Windows en vez de Linux: con Windows hacen contigo lo que quieren sin que tú te des cuenta, y, por lo tanto, puedas siquiera dar permiso para ello. Con Linux, tú y tus amigos

«La única manera de volver a recuperar el lenguaje de los derechos en relación a la comunicación es concebirnos como sujetos políticos y comunicativos de pleno derecho que podemos emitir flujos de información con el uso inteligente y estratégico de las nuevas tecnologías»

de la comunidad de Linux controláis lo que las herramientas tecnológicas hacen. Por lo menos, podéis evitar que se hagan determinadas cosas sin vuestro consentimiento. Todo esto tiene que ver con la pérdida del libre albedrío. Si estás registrada en todas las prácticas de comunicación digital –y no digital–, como ha demostrado Snowden, van a poder construir contigo el perfil que quieran, de modo que pueden destruirte si pretendes tener una carrera con visibilidad política o pública que amenace los equilibrios de poder. Para eludir esta posibilidad, la autocensura será brutal y se impondrá el cinismo en la esfera pública. No somos conscientes, y seguimos

utilizando Whatsapp y Facebook sin saber que son dos portales que se intercambian información en tiempo real. Resultan más rápidos y fiables que cualquier otra fuente de datos para el marketing o la propaganda. En vez de paralizarnos, debemos considerar que este proceso no es irreversible.

La segunda cuestión es muy sutil y funciona cotidianamente sin darnos cuenta: la saturación y la sobreinformación. Juntas son la peor forma de censura y no dejan lugar a la reflexión, necesaria e imprescindible para luego pasar a la acción sobre aquello que te ha indignado o

ilusionado. Así, estamos todo el tiempo sumidos en una espiral de cotidianidad que nos abrumba. Hasta el punto de ser incapaces de procesarla. Lo importante se confunde con lo banal. Y a menudo lo comunicativo sustituye a lo realmente efectivo *off line*. A veces quedamos enredados en las redes. En lugar de plantearnos trabajar en las instituciones e iniciar procesos de cambio político, estamos pendientes del siguiente *tsunami* provocado por el *trending topic* del día. Esos son los mecanismos en sus trazos más gruesos. Lo que hay detrás son los intereses corporativos, los clásicos de la economía política de los medios: los convencionales y buena parte de los digitales están en manos de muy pocos y siguen siendo cuellos de botella. Sin comparecer en televisión ni estar en Facebook no alcanzas visibilidad ni, por tanto, a las mayorías sociales.

NdV: Por otro lado, los medios alternativos suelen tener audiencias pequeñas...

VS: Sí, pero una vez que se colocan en un diseño de cibermultitud en red pueden cobrar tanta pujanza como la que adquirieron las mareas derivadas del 15M. Las primeras reemplazaron o reinventaron una herramienta política como puede ser la huelga, que había sido desactivada legalmente por los *neocón* y trivializada por los sindicatos al uso. En la CAM las mareas paralizaron procesos de privatización, *hackeando* jurídicamente las leyes antisociales. Las formaban colectivos muy pequeños, coordinados con una red muy distribuida, muy poco jerarquizada, con algunos de medios de autocomunicación de los colectivos implicados, otros de redifusión, otros de denuncia, investigación y acción colectiva, etc. El número de las audiencias es muy importante, pero también importa mucho su calidad porque las audiencias, una vez convertidas en públicos activos, aparte de consumir, pueden redifundir, transformar y crear nuevos flujos comunicativos.

NdV: En ese mar de sobreinformación y de "información contaminada", en palabras de Ramonet, se propicia que la gente delegue "en los líderes bien informados" de su elección, produciendo una especie de "opinión pública por delegación" y, como has indicado, un "espacio público 'secuestrado'". ¿Qué ocurre cuando esos líderes sirven a intereses espurios? ¿Qué ocurre cuando deliberadamente sesgan la información que la gente "debe" recibir?

VS: Me centro primero en la cuestión de la representación. Una cuestión básica de la teoría de opinión pública es que la opinión pública no existe hasta que se construye con mecanismos de representación. En segundo lugar, todo mecanismo de representación lleva aparejado un riesgo de traición y de suplantación. Traición porque se traduce lo que la gente dice o quiere decir. Y el que traduce siempre traiciona. Siempre hay un sesgo, por pequeño que sea, y que se hace continuo una vez que se institucionaliza. Ciertos sesgos son inherentes al proceso de delegación y de representación. Porque no es cierto que la representación directa resulte siempre más real que la indirecta. También hay procesos ilegítimos de empoderamiento y de manipulación de intereses en las asambleas. Asumido esto, lo lógico es pensar qué canales

tenemos que diseñar y desarrollar en las instituciones representativas para que los sesgos antidemocráticos sean los mínimos posibles. Es una cuestión de diseño institucional o de arquitecturas de comunicación. Como sostienen los *hackers*, quien diseña la arquitectura comunicacional, decide la estructura del poder; blindas a unos, desnudas a otros. Les das poder a los de arriba para hablar a los de abajo, o a los de abajo para promover iniciativas hacia arriba.

Cuando diseñas una arquitectura de comunicación estás invitando a la gente a ocupar espacios de comunicación, ya sean plazas públicas o quioscos. Y los medios con una lógica más privativa funcionan realmente como los *peep shows*, esos sitios de porno en los que pagas muchísimo para mirar desde la cabina y ser el único que lo disfruta. Los medios privativos funcionan así, dan acceso a información, que antes era secreta, de forma excluyente, y son capaces de representar a cualquiera haciendo cualquier cosa si hay un cliente que lo pide. De ahí proviene la obscenidad de las programaciones que son fruto exclusivo de la mercantilización mediática.

Afrontamos un momento de creación de institucionalidad. El presente exige nuevas formas de comunicación periódica con una comunidad, desplegar nuevas pedagogías ligadas a la intervención y la participación, crear nuevas formas de hablar con la gente, de llegar a ella y ella a las instituciones. Algunas cuestiones están claras. Primero, la revocabilidad si el representante no se ajusta a su plan de actuación. Esto significa en el plano comunicativo que no haya monopolios *de facto*. Todo el mundo es prescindible en cuanto vulnera el pacto que ha establecido con la ciudadanía, en política y en comunicación. Segundo, la limitación de mandatos. Tercero, vías de transparencia. Ahora los transparentes somos nosotros, ante Facebook y la NSA. Gran parte de la guerra digital se basa en rescatar perfiles de gente conflictiva para acallarla o ponerla en evidencia. Hay que invertir el proceso: los transparentes deben ser los poderosos. La privacidad y el anonimato han de ser para el ciudadano de a pie, son derechos inalienables de quien ha superado la condición de súbdito.

«Manning, Snowden y Assange forman parte de la iconografía de las nuevas generaciones que en la primavera árabe se pusieron a soñar, y los poderosos tuvieron unas cuantas pesadillas»

Otra de las obviedades en los espacios públicos y la opinión pública es que "si no hablas, serás hablado", que decía Bourdieu. Si no abres la boca, estarás consintiendo. Los líderes inevitablemente acallan con su discurso a los representados, y es responsabilidad del representado controlar esa supuesta autoridad y ese poder. Todos y cada uno de nosotros – como definiendo en el libro *El Cuarto Poder en red*– somos parte de un capitalismo cognitivo en el que cualquier persona tiene muchas bases de datos a su alcance. El soldado Manning era un recluta de 22 años que con un ordenador y una disquetera puso en jaque a la maquinaria

de guerra más poderosa del mundo; esa es la metáfora. Le han acusado de desequilibrado porque creía que podía parar la guerra, y de poco varonil porque en vez de ser chico quería ser chica. No hemos entendido nada. El verdadero revolucionario se cambia a sí mismo dentro de lo que concibe como un proyecto de transformación social. Hemos perdido la capacidad de

«Estamos en un momento de crear nueva institucionalidad, y el momento exige nuevas formas de comunicación periódica con una comunidad, y crear nuevas formas de hablar con la gente y de llegar a ella»

entender a un *hacker* tan consecuente que lo primero que hace, cuando le detienen, es exigir el derecho a *hackear* su código biológico, para llegar a ser quien quiere ser.

Manning, Snowden y Assange forman parte de la iconografía de las nuevas generaciones que en la primavera árabe se pusieron a soñar... y los poderosos tuvieron unas cuantas pesadillas. Wikileaks llevó a sus últimas consecuencias lo que se puede hacer con la ideología de código libre y abierto en internet. Por eso han ido de manera tan brutal contra ellos. Porque

nos proponían pensarnos como ciudadanos que actúan cotidianamente como sujetos comunicativos y políticos de pleno derecho. Conscientes de que cuentan con el capital físico –a veces basta con un teléfono móvil– para escuchar y denunciar al poder ilegítimo casi en tiempo real. Los sueños digitales tienen mucho de sueños ilustrados. Como decía Assange, WikiLeaks nos convocaba a «escribir la historia en tiempo real, desde abajo».

NdV: Chomsky califica a los medios como “empresas del convencimiento” porque tratan de persuadirnos de que este es el mejor sistema posible, reafirmando en todo momento el capitalismo (sin nombrarlo) y alejándonos de aquellos puntos que pudieran ponerlo en cuestión. Los medios construyen la realidad, condicionando nuestro entendimiento del mundo de determinadas maneras, y en ese proceso ocultan o distorsionan ciertos aspectos que cuestionarían esa visión. ¿Qué opciones tenemos frente a esa máquina de fabricar hegemonía?

VS: La propuesta que intento hacer desde hace tiempo admite que ha llegado el momento de aprender de comunicación digital. No podemos seguir utilizando una tecnología que tiene 20 años de protocolos sin saber lo que estamos haciendo con ellos. En ese sentido, actuamos como poblaciones suicidas. Parecemos esos cetáceos que pierden el norte y acaban varados en una playa. Antes llevábamos la iniciativa en la construcción de internet y desde hace unos años la tienen los interesados en privatizarla y que la red no sea entendida como un prerequisite para ejercer de forma efectiva gran parte de los derechos humanos.

En segundo lugar, debemos reflexionar sobre las prácticas derivadas de una alfabetización digital inconsciente. Tenemos que comprender qué estamos haciendo cuando ponemos un

like (me gusta) en Facebook. Si esto no se entiende y si nuestra actividad digital no se traduce en prácticas emancipatorias, nada habremos avanzado... Porque si realizáramos determinadas prácticas digitales, nuestras vidas personales y colectivas serían diferentes. Por ejemplo, filtrando escándalos en buzones anónimos tipo WikiLeaks, que en España ya tenemos un par (Fíltrala y X-net).

En tercer lugar, deberíamos ser conscientes que no sirve solo con lo que uno piensa o lo que uno o unas cuantas hacemos. Luego hay que llevarlo a las instituciones, hay que plantear currículum escolares y un nuevo tejido institucional. Un proyecto que, por cierto, se parece mucho al que surgió en la Ilustración. Entonces con la imprenta y ahora con internet recuperemos y llevemos a sus últimas consecuencias el concepto de amigos y amigas del país, que se reúnen y debaten, con órganos de expresión propios; que participan en esferas públicas interconectadas, sostenidas con sus propias herramientas, aportaciones económicas y las prácticas comunicativas de las comunidades a las que sirven; que no buscan marketing, sino diálogo, etc. A esto se le llama hacer "nueva política". Tenemos mucho trabajo apasionante por hacer. Insisto, lo único que ha cambiado son las herramientas. En los valores no creo que haya que inventar demasiado respecto a otros momentos en que los fue posible avanzar en la emancipación personal y colectiva.