



# Tertulias, esos ‘todólogos’ que nos guiñan al oído

**RAFAEL CID**  
Periodista

COMENTARISTAS HA HABIDO SIEMPRE EN LA prensa y la radio, porque, como sostenía el fundador de *Le Monde*, Beuve-Méry, “los hechos son sagrados y la opiniones, libres”. Pero la característica de los últimos tiempos en la galaxia mediática (prensa, radio y televisión) es la hiperinflación de tertulianos convertidos en estrellas de opinión. Se trata de una influyente casta de propagandistas que fagocita los canales de información para convertirlos en púlpitos desde donde adoctrinar a las masas. Un elenco de *todólogos* que, a menudo, nos guiñan al oído su más difícil todavía de estar de vuelta de todo sin haber ido.

Hoy en día, en España, y no es un fenómeno exclusivo de nuestro modelo informativo, casi no hay radio o canal de televisión que no cuente en su parrilla con una ristra de tertulianos dispuestos a cantar las verdades del barquero a la audiencia sobre los temas más variados y difíciles. Aunque es una epidemia que ha echado raíces sobre todo en estos medios audiovisuales de comunicación de masas, algunos rotativos han tenido que plegarse a la demanda de los tiempos y han incluido en sus secciones a comentaristas de sociedad, que son la versión más campechana de esta invasión. De suyo, el género del infotretretenimiento, lo que en otro tiempo cultural se despachaba con el despectivo “chismes”, en la actualidad no tiene fronteras mediáticas.

Por lo demás, al margen de su estruendosa e hiperbólica proliferación, la existencia de líderes de opinión en el tejido comunicativo es un clásico en el estudio de los efectos cognitivos. Junto con la “construcción del temario” (McCombs y Shaw, 1972) y la “espiral

del silencio” (Noelle-Neumann, 1982), la teoría del “doble flujo” (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944) dejó probada que la información no circula directamente desde el emisor al receptor (o sea, que la oferta crea la demanda), sino que entre uno y otro se sitúan los líderes de opinión, que son los intermediarios que gestionan las noticias para influir sobre los destinatarios. Y la principal diferencia entre el término “líderes de opinión” en el con-

**Los tertulianos que se asoman diariamente al dial de la radio o a la pantalla del televisor constituyen una especie socializada por la propiedad del medio en donde trabajan.**

texto preglobal y en la actualidad es que ahora “líderes” y “famosos” son vasos comunicantes para la percepción de las masas.

Por otro lado, la dimensión plural de los medios en una sociedad democrática que garantiza la libertad de expresión y la libre empresa periodística podría interpretarse como garantía de opiniones representativas y deliberativas. Pero esto sólo es un señuelo. De hecho, la función crea el órgano y en la

mayor parte de las ocasiones el “modelo tertuliano” encubre en realidad un sistema unidimensional de interacción. Al concentrar en un élite de *todólogos* la misión de descodificar (*filtrar*) los hechos informativos a oyentes y televidentes, lo que se produce es otra peculiar espiral del silencio, basada en este caso en una sorda transferencia ideológica. Porque, como anticipó el filósofo Wittgenstein, “los límites de mi lenguaje significan los límites de mi mundo”.

Esto, que podría tomarse como un esforzado ejercicio de prospectiva, cobra todo su esplendor cuando examinamos el quién es quién en la lista de la *todología*. Los tertulianos no son sólo profesionales con habilidades y destrezas para comunicar, o sea, periodistas competentes. Los comentaristas que se asoman diariamente al dial de la radio o a la pantalla del televisor constituyen una especie socializada por la propiedad del medio en donde trabajan. De ahí, la formación de bloques o cuotas, que recuerdan a los repartos políticamente correctos que se aplican, por ejemplo, a la hora de elegir la composición del poder judicial. Y no olvidemos que hoy los media son un *cuarto poder* en despegue exponencial.

Basta una breve indagación sobre el currículum de los intervinientes habituales en las tertulias para palpar esta endogamia galopante. Mimesis, además, que tiene una doble dimensión partidista. Es, a la vez, política y mediática, y el feliz perfil *independiente* se produce (¡eureka!) cuando ambas categorías no son concurrentes en una misma persona. Así, en la Cadena de Ondas Populares Españolas (COPE), la emisora de la Conferen-

cia Episcopal, no sólo opinan profesionales afines al Partido Popular, sino periodistas ligados, en integración horizontal o vertical, a grupos mediáticos próximos (*El Mundo, Abc, La Razón*, etcétera). Por el contrario, en la SER se adscribe la escudería socialista y/o empleados o colaboradores de *El País, El Periódico de Catalunya* o *La Vanguardia*.

De esta forma, los tertulianos, lejos de enriquecer la realidad y complejizarla para suministrar activos a la sociedad civil para la acción política democrática, la jibarizan, casi siempre reduciéndola a dos orillas. Las dos Españas de antaño en versión mediática. Y ni que decir tiene que esta polaridad tertuliana nace, crece y se desarrolla en razón de los intereses de los grupos mediático-partidistas de inexcusable referencia. Socializados por la marca de la casa, rara vez un medio accede a ofrecer sus recursos al servicio de terceros en discordia, aunque cuantitativamente ocupen un espacio contante y sonante en el Parlamento. Y no digamos nada si se trata de ceder el altavoz a miembros representativos de la sociedad civil no estatalizada.

Lógicamente, semejante disciplinamiento de los *todólogos* es un iceberg que oculta su sucursalismo de estructuras económicas, comerciales y financieras más decisivas, que son las que, vía publicidad o propiedad, controlan los medios, sus grandes mensajes y a la flor y nata de sus mensajeros. Ya es leyenda urbana que, el mismo día en que Mario Conde era detenido, un semanario de circulación nacional acababa de nombrarle “hombre del año”. En un ensayo publicado por el periodista Serge Halimi (*Los nuevos perros guardianes*, 1997) sobre el periodismo galo, se habla de “un modelo de connivencias”, al apuntar a un *trust*

## Los tertulianos, lejos de enriquecer la realidad para suministrar activos a la sociedad civil, la jibarizan, reduciéndola a dos orillas. Las dos Españas de antaño, en versión mediática.

de unos treinta “periodistas inevitables” que reinan sobre su profesión.

Este proceso de concentración (profesional) en la concentración (mediática), que tiene su propio reflejo en las autonomías, como corresponde a una lectura sesgada del principio de subsidiaridad que agranda desigualdades de origen, suministra todo tipo de experiencias. Desde políticos inhabilitados por la justicia (casos de José Barrionuevo o de Rafael Vera), en activo (caso de Luis Herrero Tejedor) o derrotados electoralmente (caso de Juan Alberto Belloch antes de alcanzar el ayuntamiento zaragozano) que encuentran acomodo como tertulianos de postín, hasta matrimonios profesionales del mismo signo político que confluyen con su prédica en el mismo programa, aunque se trate de un operador público sufragado con dinero de todos los contribuyentes. El reparto de la tarta tertuliana hace extraños compañeros de atril. Todos, a la postre, son “protagonistas”, como blasona uno de las tertulias más veteranas de la radio.

Aunque las investigaciones sobre el receptor han sido el farolillo rojo de la teoría de la comunicación, parece claro que un análisis riguroso del fenómeno *tertuliano*, dado que hablamos del ejercicio de un derecho democrático fundamental, tiene que preguntarse por el lugar que ocupa en este sistema normativo el ciudadano. ¿Es una simple diana para la publicidad? ¿O el vudú político preferido de los líderes de opinión? ¿O quizá sólo un motivo para lucir esa almoneda del “teléfono de aludidos” en los espacios que osan emitir en directo? En cualquier caso, lo que parece cierto es que la distancia entre emisores y receptores, que entronca con el creciente abstencionismo político en las democracias representativas, supone una oportunidad perdida y un irresponsable derroche de recursos de la comunidad.

Cuando el politólogo Robert Dahl, en cita de los comunicólogos Robert M. Entmann y W. Lance Bennett, “argumenta que el ideal de control igualitario de la agenda política y los procesos incluyentes —que permiten la participación del ciudadano— de deliberación y decisión no se han alcanzado en ninguna sociedad”, habría que preguntarse si no hay un delito in pectore en quienes manufacturan la información a su antojo. Tertulianos de buen hacer, opinantes con medida, especialistas veraces, *todólogos* y famosos en levitación mediática son, con mucho, meros agentes al servicio de unos intereses identificados, por muy legítimos que éstos sean. La opinión publicada no es un atajo para asumir la condición de representantes (no electos) de la sociedad civil. En el territorio de la opinión publicada, el medio es el mensaje y el *todólogo*, su profeta. ■

