

# murarte

CULTURA OCIO COMUNICACIÓN



Víctor Sampedro, en el patio de la librería Katakarak, donde presentó la semana pasada su libro 'El Cuarto Poder en red'.

## Víctor Sampedro

CATEDRÁTICO DE OPINIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

“Hay que empezar a quitarles el micrófono a quienes nos malgobiernan e insultan a diario”

✎ Una entrevista de Paula Echeverría  
 📷 Fotografía Iban Aguinaga

Víctor Sampedro no pierde el tiempo en la crítica ni en la queja. Lo suyo es hacer, cambiar realidades. Por eso ha publicado 'El Cuarto Poder en red', que presentó en Katakarak

**PAMPLONA** – Víctor Sampedro (Viveiro, Lugo, 1966) hace en su nuevo libro una encendida defensa del periodismo. No el de ahora, que, dice, “se extingue” y por razones muy lógicas, sino el del futuro, “que ya se genera filtrando documentos y datos”. Por eso, afirma este Catedrático de Opinión Pública y Comunicación Política en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, hoy necesitamos más y mejores periodistas que nunca. Para refundar juntos el “Cuarto Poder en red”, controlando a quien gobierna, hace la ley y la aplica, con prácticas y códigos digitales que nos aseguren autonomía.

**¿Qué características debe tener ese periodismo colaborativo, de código abierto y libre que defiende en el libro *El Cuarto Poder en red*?**

–En primer lugar, el periodista es un interlocutor en igualdad de derechos o en un mismo plano con el resto de una audiencia que no es audiencia, que hace algo más que oír o que recibir mensajes; que también los produce, los reconstruye, ayuda a difundirlos y a reelaborarlos. Y entonces, juntos, periodista y comunidad a la que sirve, consiguen autonomía, cada uno por su lado, y al mismo tiempo autonomía conjunta. El periodista sería una especie de arquitecto de esferas públicas ligadas a comunidades, y juntos generarían, en comunidad y gracias precisamente a la existencia del periodista o de la periodista, un flujo de contrapoder. Es decir, un flujo de información que se está todo el tiempo renovando, que no puede quedar estanca en ningún formato ni en ningún medio cerrado y clausurado a la participación. De hecho, se ve que esos modelos de profesión y de negocio están cayendo porque no responden a las posibilidades reales del público en el plano comunicativo. O sea, el público puede hacer muchas más cosas que las que le permiten los medios convencionales actualmente, y por eso está desertando de ellos.

**Hay que reciclarse.**

–Sí, pero no es solo una cuestión de que se reciclen los periodistas o las empresas. Es imprescindible que la gente entienda que el código abierto a la participación es un código libre, pero no gratuito. Que esto no es barra libre, todo lo contrario, que el ejercicio de un derecho sale muy caro, carísimo, y que hay que costearlo. Y si no lo costean las poblaciones lo harán las corporaciones o las administraciones. Y por lo tanto, esa comunicación será más relaciones públicas de quien ya tiene poder económico-político que debate social que permita avanzar y emancipar a las poblaciones.

**¿Estamos muy lejos de lograr esa manera de informar?**

–No. Aunque los que viven de las inercias y de las inversiones que han hecho en sus modelos de negocio nos digan que todo eso está muy lejos, todo eso está aquí. Y está aquí ya. De forma embrionaria y emergente, como no podía ser de otra manera. Pero en este periodismo colaborativo y libre se está haciendo actualmente el mejor periodismo que yo jamás he leído. Y yo hago con mis alumnos, en el blog que desarrolla este libro (*El Cuarto Poder en red*), con el mismo nombre, en el diario *Publico.es*, un periodismo ya me hubiera gustado desarrollar cuando estudiaba periodismo aquí en Navarra. Lo he conseguido con 48 años y mis alumnos de 22 están publicando sin censura, en Creative Commons, sin copyright, en un medio privativo, sobre temas que les interesan, forzando a sus empleadores a que respeten horarios para poder cumplir con esa otra tarea, editando y publicando desde su propia casa, sin ningún otro filtro, y empoderándose y desarrollando unas funciones comunicativas a las que yo me hubiera a mí gustado poder desarrollar antes.

**Pero los medios que más poder siguen teniendo son los convencio-**

**nales.**

–Sí. Si entiendes por poder dar visibilidad a lo que existe y dar legitimidad, hay un medio que se llama televisión. **Con poder me refiero sobre todo a lo mucho que influyen.**

–Claro, influyen en todos, incluidos los internautas. Todos nuestros estudios sobre cuáles son las fuentes de información electoral prioritarias en campaña señalan que en torno al 80%, 8 de cada 10 votantes internautas, se informa prioritariamente por la televisión. Esto no es óbice para que aquellos que controlan o son visibles en la televisión puedan y deban hacer una labor de deliberación, de diálogo social continuo y de visibilización de sus líderes y de sus mensajes en las redes sociales. Y ese es el secreto del éxito comunicativo de Podemos. No haber prescindido en absoluto de los medios hegemónicos, de los medios a los que accede todo el mundo, y además en el formato más popular y más accesible, también es cierto que más degradado porque tenemos una cultura política muy baja y muy degradada, pero haber entrado en ello con un formato propio, luego haberlo popularizado en teles digitales y de teles digitales haberse hecho atractivo para teles generalistas. Y por otra parte, utilizar esas visualizaciones y representaciones televisivas, esos instantes de debate, de pelea, de lucidez, de puesta en evidencia del contrario, de manera que son realmente hegemónicos en las redes sociales. Sus líderes son, con diferencia, los más tuiteados y retuiteados de la esfera virtual digital española.

**Ha dicho que la cultura política es muy baja en este país.**

–Baja es poco, es penosa, degradada y degradante.

**¿Qué habría que hacer para mejorarla? ¿por dónde empezar?**

–Por de pronto hay que empezar a quitarles el micrófono a quienes nos insultan a diario. No podemos tener declaraciones del tipo: *pido disculpas, pido perdón, porque me he equivocado a la hora de escogerlos...* Esto no es un confesionario. Y esto no es una equivocación, es una manera de gobernar. Porque siempre escogen a lo peor. Porque ya no son órganos de representación sino más bien organizaciones que, suena duro decirlo, pero tienen más de delictivas que de representación de intereses populares, y su comportamiento actual así lo demuestra. No podemos permitir insultos a la inteligencia de quienes estamos escuchando, como el decir que uno asume sus responsabilidades políticas. Perdón, pero ya no en una democracia, también en una dictadura, las responsabilidades políticas se traducen en dimisiones, ceses y nuevas legislaciones. Esto no es información, esto son relaciones públicas de unos representantes políticos que no merecen tal nombre, ni de representantes ni de políticos, y que degrada a quien lo escucha y a quien lo recibe. Lo primero es esto, hay que quitar el micrófono, la visibilidad, a los indeseables que nos malgobiernan.

**Porque así les quitamos poder.**

–Les quitas todo el poder. Ellos viven de ti, ellos viven de poder simbólico. De hecho, el que mejor ha entendido cómo funcionan los medios es el

*Pequeño Nicolás*. Se dio cuenta de que realmente lo único que tenías que hacer era pegarte a aquellos representantes del poder político y económico a los cuales la prensa ya le hace los *selfies*. Y que la acumulación de eso te lleva a un ascenso social inmediato, y a la participación en unos círculos de poder opacos y delictivos, y que son opacos porque son delictivos. El *Pequeño Nicolás* es un gran analista de los medios de comunicación, lo ha entendido perfectamente. Lo segundo que hay que hacer es educar a la ciudadanía, a los chavales jóvenes de ahora, en las nuevas tecnologías; y educarlos en dos sentidos: en que tengamos posturas proactivas, de generación de contenidos y no tanto de consumo pasivo, es decir, que sean capaces de aportar a la esfera pública y no solo consumir productos ya hechos; y en la defensa de sus privacidades. Porque Internet está a punto de pasar de ser un medio de emancipación, de

desarrollo o de transformación social, a ser un gran medio y una gran plataforma de control simultáneo de corporaciones y grandes Estados, que se intercambian la información para favores mutuos en beneficio casi exclusivo de una élite muy selecta; y ellos sí se aseguran la privacidad, mientras que la transparencia nos la exigen a nosotros, o nos arrebatan la privacidad cotidianamente. Eso, mínimo, es lo que deberíamos empezar a hacer.

**Se lograría una sociedad más justa, más igualitaria.**

–Las sociedades que han hecho esto en alguna medida lo son, así de sencillo.

**Pero hay gran parte de la sociedad a la que no le interesa esa justicia, esa igualdad.**

–Hay mucha gente cuyo primer interés es que se invisibilice esto y sobre todo que caigamos en el nihilismo, en el cinismo, en una consciencia de que no podemos hacer nada excepto dejarnos hacer.

**En la resignación.**

–Sí, y además el cinismo este de: *yo no tengo nada que ocultar por lo cual me desnudo en las redes sociales...*, lo cual es una auténtica inconsciencia. Edward Snowden lo dice muy bien: *yo no nací con Internet, yo nací en Internet. Y yo no permito que nadie entre en mi casa cuando quiera para llevarse lo que quiera*. Ojalá pensáramos en los mismos términos. De lo que no somos conscientes es de que la Red la formaron hackers como Assange, como Manning, como Snowden, y no Bill Gates. Que Bill Gates, y el software privativo, precisamente lo que hicieron realidad fue algo que en los primeros tiempos se creía imposible: que se vieran coches sin motores, es decir, ordenadores sin sistemas operativos, que por supuesto eran libres, y en los que tú podías entrar, cambiar, aumentar la potencia, hacerlos más económicos, más silenciosos, etcétera. **Tenemos tantas cosas que recuperar como ciudadanos...**

–Son muchas cosas al mismo tiempo. El libro las aborda, el libro coge cuatro personajes para representar, por un lado, al hacker que pone en la Red los recursos comunicativos de los cuales todos y todas podemos hacer uso, que lo hace movido por una ética de la responsabilidad. Luego viene el ciudadano digital, que es Manning, que lleva hasta sus últimas consecuencias lo que todos podríamos hacer, que es filtrar desde nuestros puestos de trabajo aquella información que sabemos que evidencia al poder no controlado o ilegítimo, así de sencillo. Es un ciudadano digital que nos dice: ¿por qué no lo haces como yo lo he hecho? Luego está un tecnocidadano como Snowden, de las 1.500 personas en el mundo que era capaz de entrar en tu dispositivo o en el mío en cualquier momento y sacar de ahí lo que quisiera, pero que tiene unos conocimientos, un nivel de compromiso y de ética muy superiores a los de sus jefes, hasta el punto de ponerles en evidencia diciendo *sois los únicos que no todavía no sabéis que trabajo para vosotros y por Estados Unidos*. Y por último, Greenwald, un periodista que no es tal, que nunca estudió periodismo, que lo que hace

es *bloggear* como un poseso durante ocho años hasta que es reconocido por *The Guardian*, y fuerza a *The Guardian* a publicar las filtraciones de Snowden porque tiene un blog propio, y se le han inflado las narices ya, y si no lo saca *The Guardian* lo va a sacar él. Todo esto nos habla de cuatro figuras nuevas a las que habría que añadir el periodista.

**Bueno, esas figuras ya han ejercido como periodistas. Como buenos periodistas.**

–Exacto. Y de todo esto se concluye, de una manera muy clara y muy patente, que es este tipo de periodismo contrapoder en red el que está recibiendo los honores, el que está recibiendo el dinero. A Greenwald le paga uno de los magnates más importantes de Internet que fue en los inicios enemigo acérrimo de WikiLeaks, que le boicoteó: el dueño de PayPal, ni más ni menos, el dueño de eBay, el medio de pago y la plataforma de subastas más importante de toda la Red. Pues ahora le paga a Greenwald para que haga lo que le salga hacer.

**Un magnate que ha aprendido.**

–Sí, ha visto que lo que en principio era calificado como una amenaza antisistema es la vía de solución de la información del siglo XXI. Y eso mismo se puede decir de otros muchos medios, que conjugan un modelo de negocio que fundamentalmente lo que busca es ser sostenible y autónomo; los que lo impulsan para nada buscan enriquecerse con él, hay otros medios mucho más rápidos y efectivos de lucrarse que no vendiendo información. Y esos medios que son contrapoder saben que su libertad depende de un código que comparten con una audiencia de una manera tan evidente, con tales beneficios, que esa audiencia la costea. Es la base fundamental.

**La falta de credibilidad social podría acabar con los medios convencionales antes que cualquier crisis económica, o crisis del papel, en el caso de la prensa.**

–La crisis es una crisis de confianza, porque precisamente lo que hicieron los medios convencionales, grandes medios sobre todo, fue intercambiar la confianza del público, una confianza que solo se ganaba con un producto serio, con trabajadores bien pagados, con redacciones apoyadas judicialmente frente a las fuentes con poder que les metían en juicio, con tiempo y recursos suficientes como para elaborar información de fondo, que realmente fuese de contrapoder... Se ha intercambiado esa confianza, y claro, ese modelo, no sé si a alguien todavía se le escapa que ha muerto. Es decir, todos esos medios están subvencionados, son profundamente deficitarios y, por lo tanto, dependientes de las fuentes de financiación que tienen. Y el público no está dispuesto ya a pagar por esa información. El público no está dispuesto a pagar ya por *pseudo selfies* de famosos. Se acabó. El cambio es drástico. Y los medios convencionales tienen que entender que la solución mágica no existe. Que se alcanza por prueba y error, sobre todo formulando las buenas preguntas y buscando soluciones lo más sencillas y menos complejas posibles, que son las que funcionan en un entorno digital. Hay que lanzarse, o perecer. ●

**EL LIBRO**



● **Editorial.** Icaria.

● **Páginas.** 280.

● **Precio.** 20 euros.

● **El autor.** Licenciado en la Universidad de Navarra y doctorado en Ciencias de la Información por la Complutense de Madrid, Víctor Samperdo es autor de numerosos libros y artículos sobre teoría de la esfera pública, movimientos sociales, TIC, identidades colectivas o campañas electorales. Ha sido Profesor-Investigador Invidado de universidades de Barcelona, Río de Janeiro, Sao Paulo o México.

“El ‘Pequeño Nicolás’ es un gran analista de los medios de comunicación”

“El público deserta de los medios convencionales porque puede hacer muchas más cosas que las que estos le permiten”

“El periodismo contrapoder en red es el que está recibiendo los honores y el dinero”