

Cortés cree que no debe ser excluido de las listas del PP porque hay imputados por cargos más graves

» nifestar a su favor en los últimos días, aunque él quiere abandonar de nuevo la barriada en la que ha pasado los peores momentos de su vida. Duros recuerdos en los que seguramente se gestaron el último episodio de violencia verbal y física en el seno de su familia. Con todo, se resiste a pensar que el PP le pueda dar la espalda en estos momentos, con el 20-N tan cerca. “No entendería que después de tres años y medio de lucha, por un pequeño detalle que haya ocurrido en un momento concreto, toda tu lucha se venga abajo. Sería injusto que en el último minuto del partido te hagan un penalti y te dejen fuera de la competición”, afirma.

El apoyo de Rajoy.

Las alusiones al fútbol fluyen constantes de su boca, pues este deporte ha sido su refugio desde la desaparición de su hija Mari Luz (ver recuadro en página 20). “Buscaré siempre el apoyo del partido, pues solo no vas a ningún sitio, como sucede en los terrenos de juego”, señala sobre su futuro con el Partido Popular, al que ha puesto a disposición su puesto de asesor en temas de Justicia. Es más, recuerda que tanto Rajoy como el líder *popular* en Andalucía, Javier Arenas, apoyaron su causa y le animaron a trabajar por un escaño en Madrid, en vez de dedicarse a la acción municipal, donde a mucha gente de El Torrejón le gustaría verle. “No sería un verso suelto en Madrid, quizás una voz que clama en el desierto, pero al fin y al cabo, una voz”, opina Cortés sobre su pretendida aventura política en la capital.

Cuando se acerca la hora de pagar las bebidas en el bar, un cartero le ve de lejos y le entrega en mano un envío a su nombre. Son las cosas de ser la persona más conocida del barrio. “La única pena que me da es que mis hijos hayan visto esa imagen yendo al calabozo”, se lamenta un Cortés que está en libertad, pero con cargos, y que subraya que si hubiera hecho algo malo en la vida, lo pagaría sin un atisbo de duda. “Ahora me han puesto como Bin Laden y quién me quita a mí esa mancha”, se pregunta. “Por mucho que yo demuestre lo contrario, la gente se queda con lo que ya ha visto”. Una dura confesión cuando apenas quedan ya dos meses para los comicios del 20-N y la confección de las listas se cierra el día 17 de octubre. ■

El poder de los medios

La experiencia demuestra que su capacidad de influir no es tan grande como sus instigadores desearían.



JUAN DÍEZ NICOLÁS*

La polémica sobre la capacidad de los medios de comunicación para influir sobre las actitudes y los comportamientos de los individuos tiene ya una larga duración de décadas, especialmente desde que se generalizó la televisión. Y aunque no vamos aquí a resolver para siempre y en todos los casos esa supuesta influencia, sí parece posible hacer algunas matizaciones.

Cuando se trata de la influencia para *indoctrinar* a los ciudadanos, generalmente en colaboración con el sistema educativo, y generalmente en sistemas políticos más o menos autoritarios o dictatoriales, las experiencias históricas demuestran que su capacidad de influir no es tan grande como sus instigadores desearían, aunque es obvio que influyen sobre las opiniones y actitudes. Bastan dos ejemplos. La Unión Soviética tuvo el monopolio de la educación y los medios de comunicación durante siete décadas, transmitiendo a su ciudadanía una ideología, la comunista, que implicaba un rechazo a la familia y a la religión como instituciones burguesas. No parece que lo consiguieran, pues no toda la población seguía una estricta observancia de esas opiniones, y en cuanto cayó la URSS se ha visto al mismo Putin asistiendo a ceremonias religiosas acompañando al Patriarca de la Iglesia Ortodoxa Rusa.

En España, durante décadas todos los estudiantes estuvieron sometidos en la escuela primaria y en la secundaria, e incluso en la universitaria, a las asignaturas de Religión y Formación del Espíritu Nacional. Pero no parece que todos los españoles fueran falangistas ni de comunión diaria, y ni siquiera hubo que esperar a la muerte de Franco para observar cambios, sino que la influencia *indoctrinadora* ya estuvo muy mermada durante su vida, y más concretamente desde la década de los años 60. Ni siquiera los monopolios adoctrinadores tienen un éxito total, porque hay muchos otros factores competitivos, mu-

chas otras defensas que las sociedades generan como anticuerpos frente a los intentos de adoctrinamiento.

¿Significa lo anterior que los medios de comunicación no influyen? Por supuesto que no, ya lo creo que influyen. Pero no tanto como algunos (especialmente los que manejan los medios) creen. Es evidente que la publicidad existe porque es rentable para los anunciantes. Pero es igualmente evidente que sus efectos no son al 100% seguros. Cuando uno ve un anuncio tras otro de diferentes modelos de automóvil, es evidente que compiten y se anulan entre sí. Aparte de que los individuos seleccionan unos mensajes y no otros, la influencia de los medios es muy diferente según los objetos y la importancia que los individuos les atribuyen. Es más difícil cambiar la opinión de los ciudadanos sobre sus actitudes religiosas que sobre un político o un famoso.

Precisamente en ese último caso es cada vez más evidente la influencia de los medios sobre este tipo de actitudes evaluadoras. La imagen de los personajes públicos (políticos, deportistas, actores, etcétera) está muy condicionada por la actuación de los medios, que pueden encumbrarles o vapulearles. No vamos aquí a dar nombres, pero todos conocemos historias reales de unos y otros procesos. Los medios, con creciente frecuencia, *crean* personajes a los que convierten en famosos, y los propios medios son quienes los destruyen cuando estiman que ya no les son rentables, o que pueden beneficiarse de su destrucción.

Lo cierto es que una de las muchas responsabilidades de los medios de comunicación es precisamente la de saber graduar el tratamiento que deben conceder a los personajes públicos, para evitar esos vaivenes que desconciertan a veces a la opinión pública. No olvidemos que la mayor parte de los seres humanos no somos ni ángeles ni demonios, sino una mezcla de ambos, y que por tanto más vale “no pasarse” ni “no llegar”. ■

*Juan Díez Nicolás es sociólogo y presidente de Análisis Sociológicos, Económicos y Políticos (ASEP).