

# Juegos y maniobras en el periodismo

Felícísimo Valbuena de la Fuente

## 1. INTRODUCCIÓN

**M**e propongo en este artículo aplicar el Análisis de los Juegos de Eric Berne a la actividad periodística. Es en televisión donde estos juegos adquieren más visibilidad, dramatismo e impacto, aunque están presentes en prensa escrita y radio.

Queda fuera de mi intento explicar el Análisis Estructural, Análisis Transaccional y Análisis de Guiones, que he realizado en otros lugares.<sup>1</sup> Tampoco pretendo agotar el catálogo de juegos de los periodistas. Los cambios en la actividad periodística pueden generar condiciones para nuevos juegos. El Análisis de Juegos de los periodistas es materia para todo un libro.<sup>2</sup>

Para exponer el asunto de este artículo, he elegido las aproximaciones sucesivas, pues no podemos comprender qué son los juegos y las maniobras sin antes encuadrarlos en su contexto.

Quien lea estas páginas puede conseguir un panorama más preciso si entiende "periodistas" como "algunos periodistas". Por otra parte, emplearé el masculino singular y plural, sin que esto signifique que los juegos son de sólo un sexo.

## 2. PUNTO DE PARTIDA: LA ESTRUCTURACIÓN DEL TIEMPO

Parto del mismo supuesto que sirvió a Eric Berne para desarrollar su teoría sobre la vida humana: cómo estructurar el tiempo es el mayor problema al que se enfrenta el hombre y la forma que tenga de hacerlo determinará el curso de su vida, su sentido y su final.

Al hablar de "supuesto", quizá alguien puede entenderlo como algo no demostrable. No es así. Lo que ocurre es que en el reducido espacio del que dispongo, tendría que embarcarme en una explicación pormenorizada del carácter radical de la estructuración del tiempo. Y entonces debería haber escogido otro título. Como mi

intento es más modesto, siento tener que argumentar, en otra ocasión, para indiferentes, escépticos y sanos aficionados a la polémica.

Encierra más interés, ahora, enlazar conceptos que parecen desligados: estructuración del tiempo, juegos y maniobras.

Claude Steiner se vale de una analogía para explicar esta relación. El Análisis estructural describe las partes pertinentes de la personalidad, así como, en la mecánica, una lista de partes describe las que integran un motor. El Análisis Transaccional describe el modo como las partes interactúan, así como un corte transversal del motor muestra de qué manera sus partes se relacionan unas con otras. Pero para poder entender el porqué las personas juegan entre sí, es preciso recurrir a una fuerza motriz (como la gasolina): las necesidades.<sup>3</sup>

### 3. LAS CUATRO NECESIDADES DE ESTRUCTURAR EL TIEMPO

Antes de exponer estas necesidades, quiero recordar que Berne no parte de cero. Veamos algunos precedentes.

Dentro de la Teoría General de la Información, llamada Mass Communication Research en Estados Unidos, destacan los estudios sobre "usos y gratificaciones", cuyo discurrir ha sido parecido a nuestro Río Guadiana. Ocuparon un lugar muy importante durante los años cuarenta, perdieron vigor en los cincuenta y lograron renovarse en los sesenta. E. Katz, Jay G. Beumler y M. Gurevitch, investigadores de esta corriente, sintetizaron lo que estaban buscando: "1) Los orígenes sociales y psicológicos de 2) Las necesidades que generan 3) Expectativas de 4) Los medios de comunicación y otras fuentes, que llevan a 5) Diferentes patrones de exposición a los medios (o compromiso en otras actividades), resultando en 6) Gratificación de necesidades y 7) Otras consecuencias, quizá la mayoría sin proponérselo."<sup>4</sup>

El punto más débil de esta línea de investigación es no haber sistematizado las gratificaciones. Hicieron diferentes listas, pero sin llegar a la hondura que otros investigadores sí habían logrado.

Aunque la *Caracterología* ha perdido la vigencia que tuvo hace cincuenta años - la psicología norteamericana ha dominado el panorama europeo a partir de la postguerra- sus conceptos siguen teniendo una gran profundidad. Gaston Berger distingue factores primarios y secundarios del carácter. Entre estos últimos, define el factor de tendencia Avidez como "la necesidad de hacer entrar dentro de sí al mundo exterior, transformándolo en la propia substancia".<sup>5</sup> Es un impulso sordo y profundo, quizá aquél del que todos derivan. Berger reconoce que un psicoanalista brasileño, M. Austrogesillo, empleó, para designar la forma más primitiva del psiquismo el expresivo término "Hambres".

Abraham Maslow estructuró el campo de las necesidades humanas y distinguió las fisiológicas, de seguridad, de amor o pertenencia al grupo, de estima y de autorre-

alización. Acompañando a todas las necesidades están las de conocer, puesto que una persona siempre quiere saber qué medios ha de emplear para satisfacer las necesidades. Finalmente, unas personas tienen necesidades estéticas; otras no parecen sentir el apremio de esta necesidad.<sup>6</sup>

Iré relacionando la clasificación de Berne con la de Maslow.<sup>7</sup>

**Necesidad de estímulo o de sensación.** Animales y personas buscan las situaciones estimulantes. El problema de todo tipo de internados, prisiones, cuarteles, e instituciones psiquiátricas es crear situaciones que propicien sensaciones nuevas. Por eso, vemos en los medios de comunicación que las drogas y los motines están unidos a esos lugares. Quienes consumen droga carecen de permiso interior para divertirse. Los motines muestran el ansia de estímulo de los internos, que suelen pedir mejora de las condiciones de vida. Lo que realmente están pidiendo son más estímulos y sensaciones dentro de las limitaciones de su libertad.

El éxito de muchos escritores, medios de comunicación y centros de espectáculos estriba en que satisfacen esa necesidad de estímulos. Si leemos autobiografías de periodistas o recordamos algunas películas sobre el periodismo, comprobaremos que la abundancia de estímulos diarios atraen a los aspirantes a periodistas; esta profesión ofrece muchas oportunidades de vencer la monotonía.

Las necesidades de estímulo o sensación entran dentro de las fisiológicas de Maslow.

**Necesidad de reconocimiento.** Berne acotó el término "caricia" (stroke) como la unidad de convivencia social. Hay caricias positivas y negativas.<sup>8</sup> Watzlawicz ha sido más preciso que Berne en este aspecto. Cuando se ocupa de las tres respuestas que una persona puede recibir de otra, registra la Confirmación, el Rechazo y la Desconfirmación.<sup>9</sup> La Confirmación abarcaría las caricias positivas; el Rechazo y la Desconfirmación, las negativas. Ahora bien, la Desconfirmación es mucho peor que el Rechazo. Al menos, el Rechazo cuenta con el otro y puede pasar a la Confirmación, si los sujetos continúan comunicando. Sin embargo, la Desconfirmación indica que una persona no existe para otra, puesto que no la reconoce. Elisabeth Noëlle-Neuman habla del miedo a quedarse sólo como lo que más teme el ser humano.<sup>10</sup>

El periodista contribuye a satisfacer estas necesidades. Desde los ciudadanos desconocidos hasta los famosos, todos acuden a los periodistas para que les otorguen más o menos minutos de exposición pública. La televisión crea, en sus programas informativos y de diversión, "momentos estelares" en la vida de muchas personas. Si nos fijamos atentamente, captaremos ese hambre de reconocimiento, esa "vanidad oceánica" en la que están sumergidos muchos ciudadanos a partir de una edad que, provisionalmente y basándome en observaciones repetidas, fijo alrededor de los cincuenta y cinco años. El precipitado de innumerables entrevistas es que no se les ha hecho justicia, que no se les han dado todos los premios que merecían y que España les debe una explicación.

Las necesidades de reconocimiento corresponden a las de estima de Maslow.

**Necesidad de estructura.** Las instituciones seleccionan a funcionarios para que ordenen las actividades de los ciudadanos. Las empresas de cazatalentos identifican a quienes saben crear negocios con los que captar y conservar a clientes. La necesidad de orden está en la base misma de los actuales medios de comunicación y de la forma misma de presentar la información periodística. Una gran parte del tiempo y del espacio de los medios de comunicación está destinada a programar el tiempo de los ciudadanos. Que un telediario dure cuarenta minutos, en lugar de media hora, indica una ruptura de formato que puede alarmar a los televidentes.

Encuadro las necesidades de estructura dentro de las de seguridad y amor y pertenencia al grupo, de Maslow. El trabajo, el grupo de amigos y la familia estructuran poderosamente la vida de las personas.

**Necesidad de incidentes.** Para Berne, la lucha contra el aburrimiento hace que mucha gente se meta en dificultades y las cause. ¿Por qué no incluir a los periodistas entre esa "muchacha"? Incluso, podemos matizarla y elevar la motivación, sin limitarla al alivio del aburrimiento. Así, tendríamos al periodista como fustigador del crimen, como cruzado o como corresponsal de guerra; o al periodista sensacionalista y sin limitaciones morales para conseguir o fabricar una noticia. Así es como Alex Barris estructura las categorías de análisis de contenido cuando examina las películas sobre los periodistas.<sup>11</sup>

Según la clasificación de Maslow, podemos incluir esta necesidad en dos tipos de necesidades. Por una parte, en las de conocimiento, puesto que la curiosidad de los hombres parece no tener fin. Los medios de comunicación se mueven alrededor de las noticias de interés humano como uno de sus terrenos favoritos. También, y de acuerdo con lo que acabo de escribir a propósito de Barris, en las de autorrealización.

#### 4. DE LAS NECESIDADES A LAS MODALIDADES: LOS JUEGOS COMO UNA DE LAS SEIS FORMAS DE ESTRUCTURAR EL TIEMPO

Una vez que ha puesto los fundamentos, Berne sorprende por su gran seguridad al clasificar exclusiva y exhaustivamente las formas de estructurar el tiempo: soledad, apartamiento o retiro, rituales, actividades, pasatiempos, juegos e intimidad. Cada una de ellas puede dar lugar a abundante literatura científica.

Eric Berne concibe los juegos como transacciones ulteriores, de naturaleza repetitiva, con un pago psicológico bien definido. Los diccionarios definen "ulterior" como lo que "está más allá de" o "sucede después de". El significado que Berne quiere imprimir es ligeramente distinto. No se trata de estar "más allá" o "después" sino de ocultar una intención. La expresión española "tener algo en la

recámara" es una muestra de lo que significa ulterior, es decir, que el agente finge hacer una cosa mientras en realidad está haciendo otra. Por eso, la persona puede estar, "a la vez", mostrando una cara y manteniendo oculta una intención, incluso a sí mismo.

1) La estructura de un juego es idéntica a la de un timo. La única diferencia es que el timo es consciente, mientras que el juego es una transacción de la que el sujeto no capta el significado. C. Steiner reserva el nombre de "maniobra" para una transacción consciente e intencionada, dirigida a obtener algo de una persona contra su voluntad.<sup>12</sup> Por eso, aunque juego y maniobra tengan la misma estructura, son diferentes.

2) Uno de los participantes o intérprete principal necesita un cebo, gancho o truco con el que atraer a otro participante o intérprete-blanco al que va a apuntar en el juego.

Ahora adquiere su sentido la expresión "ulterior". En las relaciones sociales, el cebo puede ser atractivo, elegante; sin embargo, encierra una trampa.

3) El participante-blanco del juego tiene un motivo egoísta que es atraído por el cebo: Ira, miedo, vanidad, avaricia, sentimentalismo. También podemos llamarlo "flaqueza".

4) Cuando el motivo egoísta conecta con el cebo, el participante-blanco responde según quiere el participante que ha iniciado el juego.

5) Al igual que ocurre en los timos, el intérprete principal del juego cambia la línea que venía siguiendo, activa un interruptor psicológico y produce confusión y aturdimiento en el intérprete-blanco del juego.

5) Finalmente, ambos jugadores reciben los pagos del juego, que pueden ser positivos o negativos. Los pagos son sentimientos que el juego provoca en cada uno de los intérpretes y que pueden ser muy diferentes, como ocurre en los timos. Generalmente, las ganancias no coinciden. Quien ejecuta un timo, se lleva las ganancias; el timado, la frustración. En un juego, uno de los intérpretes puede salir con un sentimiento de euforia y el otro, con sensación de fracaso.

La Fórmula del Juego es:  $C + ME = R \rightarrow C \rightarrow C \rightarrow P$

Es decir: Cebo más Motivo Egoísta o Flaqueza producen en el Intérprete-Blanco una Respuesta deseada por el Intérprete Principal quien, después, Cambia de proceder y produce Confusión en el Intérprete-Blanco. Finalmente, cada uno recibe sus Pagos.

La motivación que impulsa a entablar los juegos proviene de su recompensa, ventaja o pago. Volvemos, pues, al asunto de las necesidades; sólo que ahora hablamos de satisfacer esas necesidades, consiguiendo unas ganancias. Las ventajas de los juegos son, realmente, pseudoventajas, puesto que el fin último es evitar la intimitad con otros seres humanos.

## 5. ESTUDIO SISTEMÁTICO DE CUALQUIER JUEGO

*Ante todo, un Juego ha de llevar un Título. Berne quería que fuese corto y que resumiese lo esencial del juego. Pueden parecer discutibles, humorísticos o poco académicos los títulos que Berne da a los juegos. Él quería que los títulos entrasen a formar parte del lenguaje corriente y que los pudieran comprender el mayor número de personas.*

Cada juego tiene una Tesis. Por lo general, es una sentencia que el jugador pronuncia o piensa y que reúne lo que quiere que los demás piensen y sientan y lo que él quiere pensar y sentir. Por ejemplo, en "Sala de Audiencias", la Tesis es: "Tienen que decir que tengo la razón". Le interesa que digan abiertamente que lleva razón, más que estar realmente acertado. Sobre todo, porque mientras insiste en que le den la razón, no está pensando en que quizá o realmente no la lleva.

Los Roles en un juego, según Stephen Karpman, pueden ser: Perseguidor, Víctima, Salvador, Enlace y Comodín.<sup>13</sup> Que un jugador desempeñe el papel de Perseguidor, Víctima o Salvador no requiere explicaciones que vayan más allá del significado común de estas palabras. Quien interpreta el papel secundario de "Enlace" es una persona que profesionalmente acelera o frena el desenlace de un juego. "Comodín" es aquel que lo hace sin pretenderlo.

*Un juego desarrolla una serie de Movimientos, que lo hacen predecible y objeto de investigación. Hay juegos más dramáticos que otros, pero el investigador no se deja llevar por las apariencias y logra identificar con exactitud los movimientos de cada jugador.*

También me he referido a las Ventajas de los juegos al presentar la fórmula. Ahora es el momento de detallar estas ventajas, puesto que una ventaja satisface una necesidad.

La Ventaja Biológica de un juego corresponde al apetito de estímulo o sensación. En lugar de caricias positivas -la Confirmación, según Watzlawicz- el jugador busca inconscientemente las negativas o Rechazo. Un jugador hará cualquier cosa, si así evita la Desconfirmación, el que nadie le tenga en cuenta. Muchas personas tiene puesta la radio y la televisión como fondo, porque temen la soledad. Así tienen motivo para enfadarse con lo que oyen y ven, odiar a las personas que hablan o identificarse con vidas que sólo existen en su imaginación. Los medios las mantienen despiertas, impidiendo que se aletarguen o que degeneren mentalmente.

La Ventaja Psicológica interna y la Ventaja Psicológica externa satisfacen las Necesidades de estímulo y estructura. Las dos buscan mantener el equilibrio del jugador, quien busca la primera para dar salida a los malos sentimientos acumulados: el juego impide que estalle en un trastorno mental serio; también ansía la segunda para no actuar como un Adulto; así es como evita confrontar, responsabilizarse, comprometerse y amar a otras personas. Sólo hay que escuchar y/o ver los programas en los que oyentes o telespectadores pueden hablar para comprobar cómo van

buscando estas dos ventajas o pseudoventajas. He llegado a pensar que los desahogos y confesiones públicas posponen las visitas a los psicólogos y psiquiatras. También sorprende la gran capacidad de discusión que algunos demuestran para no comprometerse en ningún tipo de actividad. Son un ejemplo ilustrado en el que pueden mirarse quienes no quieren trabajar para que las cosas cambien.

La Ventaja Existencial responde a las necesidades de reconocimiento y estructura. Un jugador escoge a otro/s jugador/es que le confirme/n en lo que él piensa que es, que den sentido a su actividad y a sus relaciones con los otros. Es decir, que le permitan representar el "argumento" de su vida. Los juegos sólo sirven para confirmar que un jugador es un Triunfador malo, un Fracasado Malo o un Fracasado Bueno, no para probar que es un Triunfador Bueno. Por Triunfo entiendo la coincidencia entre lo que una persona proyecta y lo que logra, no los signos superficiales del triunfo.<sup>14</sup>

He procurado ofrecer la Figura mítica que desarrolla el argumento de cada Juego. Puedo haberme equivocado al elegir, pero lo más importante no es el acierto total sino el valor argumental de las figuras míticas. Leonard Hawes ha estudiado detenidamente la función de las analogías al construir científicamente las Teorías de la Información y de la Comunicación. Los Juegos no tienen por qué ser una excepción.<sup>15</sup>

Las ventajas existenciales que un jugador puede extraer de un juego son la arrogancia, la depresión y el nihilismo, es decir, justificaciones para el aislamiento y la impotencia. Si hay varios jugadores, el snobismo alimentado por prejuicios, la agitación excluyente, la arrogancia farisaica, el servilismo, la envidia y el pesimismo cínico.

Una campo fértil de estudio es observar la banda verbal y no verbal de grabaciones en las que estos sentimientos salen a la luz como aquello a lo que se reducen muchas intervenciones en los medios. Todavía más interesante es cuando los agentes quieren ofrecer una posición en la banda verbal y la no verbal desmiente lo que dicen. Esas contradicciones son un espectáculo permanente para el investigador que aspira a algo más que a arañar la superficie.

Las necesidades de reconocimiento, estructura e incidentes se reflejan en las Ventaja Social interna y Ventaja Social externa: El juego ofrece asuntos para hablar dentro de casa, como una forma de pseudointimidad. También para buscar el contacto con otras personas a las que gusta interpretar los mismos juegos y que forman el círculo en el que el jugador se mueve. Los medios de comunicación encuentran aquí una de sus principales funciones: proporcionan asuntos para que la gente converse. A su vez, la gente proporciona asuntos nuevos a los medios, que seleccionan a los mejores intérpretes complementarios de juegos para sus espacios de máxima audiencia.

El remedio de un juego es dar con su Antítesis, es decir, con una táctica para neutralizar su mecanismo. La Antítesis encierra lo contrario de aquello que el Juego

quiere probar. Antídoto es una buena imagen para comprender qué es la Antítesis. Los retóricos clásicos hablaban del Estado de Transposición, en el que un personaje impugnaba la validez de todo el procedimiento. También nos sirve para comprender el significado de la Antítesis.

Cada juego tiene una Antítesis. Quien da con ella, deja de jugar y se convierte en una persona auténtica. Uno de los terrenos más apasionantes para investigar en el futuro es el de periodistas que saben dar la antítesis a personajes empeñados en jugar o maniobrar. Y a la vez, veremos cómo algunos personajes dan la antítesis a periodistas. Incluso, ¿por qué negarlo?, puede llegar un momento en que la Antítesis se convierta también en un Juego, sobre todo si ayuda a elevar los índices de audiencia.

El Propósito de un juego es lo que el jugador quiere probar y que no muestra a los demás, porque también resulta desconocido para él. Si lo conoce, entonces está *maniobrando, no jugando*. Un jugador que lucha para que los demás le den la razón, realmente está buscando que le tranquilicen. ¿Quién está dispuesto a reconocer esto en público? Sin embargo, nos sorprende y conmueve la sinceridad que los niños tienen para exponer los motivos reales por los que la gente actúa. Resultan “paradójicos”, ateniéndonos al significado original de “paradoja”, es decir, “contrarios a la opinión común”, a la “doxa”.

## 6. IMPORTANCIA DE LOS JUEGOS

Cada profesión tiene sus juegos favoritos. Lo que varía de una profesión a otra no es el tema de un juego, sino la “moneda”, es decir, las circunstancias en que los jugadores se mueven. Distinguir entre tema y moneda del guión es lo que hacen los escritores cuando adaptan una obra al cine. El tema puede ser idéntico en varias versiones, pero la moneda cambia de una a otra: Un motín real en la fragata *Bounty*, en 1787 (*Rebelión a bordo*, 1935) se convierte en una rebelión de vaqueros contra su jefe (*Río Rojo*, 1948) y en una rebelión en un barco de guerra en la Segunda Guerra Mundial (*El motín del Caine*, 1954). Por tanto, los juegos pueden ser iguales en todas las profesiones; lo que varía es la moneda, que en Periodismo son información, diversión y poder, fundamentalmente.

En una Teoría General de la Información, interesa mucho conocer qué juegos pasan de generación en generación. Las biografías y autobiografías de periodistas son el lugar donde vemos cómo ciertos juegos se perpetúan.

Cada organización periodística desarrolla unos juegos más que otros. El periodista recién contratado tiene que aprender la cultura de su empresa, a veces con grandes costos emocionales. Si conoce en qué consisten los juegos, puede evitar despilfarros inútiles de energía. Mi experiencia de varios años es que los estudiantes que dominan la teoría saben identificar muy bien los juegos en libros y películas sobre el Periodismo.<sup>16</sup>



Los juegos determinan los conocidos, amigos, e íntimos. Los periodistas se juntan con compañeros y protagonistas de las noticias que favorecen el desarrollo de determinados juegos. “Díme con quién te juntas y te diré a qué juegas” puede resumir lo que vengo diciendo. Una persona que sabe la teoría sobre los juegos no puede poner la ignorancia como excusa cuando ha recibido un pago que él cree no merecer, sobre todo si ha estado jugando. Nadie puede timar a una persona honrada.

La teoría de Berne puede guiar con seguridad al lector o estudioso que quiere conocer los juegos de los periodistas en una sociedad concreta.<sup>17</sup> Los periodistas pueden contribuir a identificar los juegos a los que son aficionados los pueblos. Un trabajo iluminador es hacer ver adónde conducen determinados juegos. Estoy recordando el pesimismo radical que late en muchos artículos de Mariano José de Larra y en el Ideario, de Joaquín Costa, entre otros regeneracionistas.<sup>18</sup> ¿Qué temple hubieran creado sin esa afición suya al juego del “No es Horrible”? Es difícil que alguien cree una ilusión colectiva cuando, a la vez, está inmerso en algunos juegos.

D. Américo Castro califica de “nihilistas” a Quevedo y a Gracián, porque anulaban la creencia en la realidad de las cosas, ahogándolas en el sudario de la nada.<sup>19</sup> Es un dictamen que suena exagerado -el mismo Américo Castro admira a estos dos grandes escritores-, pero no le falta razón si se refiere al pesimismo como posición vital. Volveré a Gracián en algunos momentos de este artículo, porque también era un sagaz observador de la conducta humana y sabía descubrir muy bien los juegos.

## 7. ALGUNAS VARIEDADES DE JUEGOS

### 7.1. JUEGOS EN QUE EL PERIODISTA ES NECESARIO COMO PORTAVOZ DE QUEJAS QUE, EN REALIDAD, BUSCAN SATISFACER LAS NECESIDADES DE RECONOCIMIENTO Y DE INCIDENTES.

#### 7.1.1. “¿No es horrible?”

Una de las funciones que el periodista cumple es ser portavoz de quejas. La diferencia entre quienes juegan y quienes no juegan es el compromiso para arreglar las injusticias. Los intérpretes de este juego no quieren realmente cambiar un estado de cosas. Los que no juegan, manifiestan al periodista las injusticias que observan sólo como un paso para repararlas. El intérprete de “¿No es horrible?” colecciona injusticias para mostrárselas a los demás y lograr que le compadezcan y le tomen en cuenta, logrando así unas ganancias que de otro modo no obtendría. Este juego es una manifestación del victimismo.

Los medios de comunicación, al hacer públicas estas injusticias, aumentan su resonancia y el periodista se encuentra también interpretando este juego, participando como Salvador provisional de la Víctima. Quien no juega, aparece en los medios y pide ayuda al periodista para organizar una acción solidaria y colectiva; concede

el protagonismo a la situación y se revuelve contra cierto tipo de compasión, porque está convencido que es el sentimiento que las personas adoptan ante los débiles. Desconfía también de las emociones provocadas por los medios de comunicación, pues piensa que provocan la invalidez psicológica.

Aquiles y el Rey Lear estaban abonados a “¿No es horrible?”. Por el contrario, Hércules, Ulises y Teseo (excepto en el asunto de Hipólito) son figuras que nos muestran cómo aprovechar las oportunidades, por pocas que sean para hacer cosas grandes, sin quejarse.

Investigando “¿No es horrible?” en prensa, radio y televisión, podemos comprobar que lo interpretan algunos periodistas entre sí; los periodistas y la audiencia, cuando los participantes en un programa tienen oportunidad de expresarse; los periodistas y los representantes de grupos organizados. La filosofía de los periodistas que participan en este juego es que las malas noticias son mejores, porque las buenas no son noticia.

Cuando después de un determinado programa, el sentimiento que queda es el de “Aquí no hay nada que hacer”, el observador sabe que ha de investigar un juego. Cuando es el de “¿Cuándo empezamos a actuar?”, el programa puede encuadrarse dentro de lo que Berne llama Actividades.

El periodista tiene poder para transformar un Juego en una Actividad si sabe dar la Antítesis de este “¿No es horrible?”. Una piedra de toque para saber si las críticas son fecundas o no es que el periodista exija una alternativa responsable como precio de una crítica.

Si nota que la respuesta se reduce a vaguedades, puede ser muy incisivo, pasando de los acontecimientos externos al intérprete mismo de este juego. “¿Qué espera usted sacar de su desventura?”. “¿Qué hay de nuevo?”. “¿Tiene usted algún interés en salir de su situación?”. En los próximos años, la diferencia entre un periodista corriente y periodista competente va a acentuarse, pues el segundo podrá lograr siempre una entrevista original, aunque el entrevistado haya recorrido casi todos los medios exponiendo sus desgracias. El periodista competente sabrá dar con la pregunta certera, que desmonte los mecanismos de este juego, empleando frecuentemente el humor; el periodista corriente se limitará a perpetuarlo, escuchando con simpatía, cuando no con falsa simpatía, que es precisamente lo que va buscando el intérprete de este juego.

### 7.1.2. “¿Por qué tenía que sucederme esto a mí?”

La diferencia entre este juego y el anterior está en que “¿No es horrible?” no es competitivo, mientras que el intérprete de “¿Por qué...?” intenta demostrar que su desgracia es mucho mayor que la de los demás y no consiente que le hagan competencia en este asunto.

Algunos programas, sobre todo en radio y televisión, se prestan mucho a que este

juego se convierta en una demostración de humor negro. “¿Por qué...?” facilita mucho la escenificación. Los documentalistas e investigadores de un programa descubren varios casos que coinciden en algunas notas; entonces, llevan a la radio o a la televisión aquellos casos que más audiencia pueden captar. Sobre todo, si otras cadenas tienen programados espacios similares a la misma hora.

El periodismo amarillo encuentra en este juego uno de sus principales veneros. Hay periodistas que han dado un paso más, inventándose caso y actores, presentando como “no ficción” lo que su imaginación ha inventado o combinado. Recuérdese el caso de la periodista Janet Cooke, del *The Washington Post*, que llegó a recibir el Premio Pulitzer, en 1981, por unos reportajes sobre un niño heroinómano, producto de su fantasía. O el de Michael Daly, del *The New York Daily News*, que escribió sobre un soldado británico que había disparado a un joven norirlandés en Ulster, suceso dramático sólo existente en su imaginación. Los dos tuvieron que dejar su puesto de trabajo. Los informativos de la CBS entraron en una profunda crisis por la influencia de Van Gordon Sauter, que favorecía toda clase de juegos en las noticias. Su influencia persiste en muchas maneras de hacer televisión en el mundo entero.<sup>20</sup>

La Antítesis de este juego es simple: No jugar a Salvador ni a ser “comprensivo”, sino a que el intérprete caiga en la cuenta de que hacerse la víctima no le lleva a ninguna parte. La lástima es el sentimiento que se tiene ante los débiles. Lo que conviene al espectáculo, incluso a la literatura, puede ser fatal para la vida.

### 7.1.3. “Guardias y ladrones”

Confiarse a un periodista para salir en los medios de comunicación es la razón profunda por la que muchos delincuentes cometen sus delitos. Pueden darse a conocer empleando dos procedimientos fundamentales: O esparcen información para que la Ley los capture o intervienen activamente para ser capturados -“El criminal suele volver al escenario del crimen”-. Un delincuente puede ser extraordinariamente sagaz pero siente, sin saberlo, con una filosofía de “ser es ser percibido”; ¿qué es la sagacidad si los demás no se dan cuenta de que le pertenece a él y no a otros?. Por el contrario, el delincuente auténticamente profesional no juega; planifica su “golpe” como una Actividad, desde el principio hasta el final; no deja que se filtre información, y menos a los periodistas; evita la violencia; hace trabajos “limpios” y no actúa hasta haber planificado todas las fases del golpe. Ni la Justicia ni los periodistas pueden entrevistar a un gran cerebro o a un ladrón de Museos, que roba un cuadro famoso para no poderlo ver nadie más que él.

A las audiencias les sorprende la gran tranquilidad, satisfacción o arrogancia con que los delincuentes reconocen sus fechorías, sobre todo si los periodistas están para contarlas. La vanidad, el ansia de reconocimiento son empleadas también como cebo por periodistas y policías para extraer información de personas que nunca hablarían si se viesan atemorizadas.

Consecuencia de este Juego es su contagio. Aumentan determinados delitos cuando el autor original se ha “confesado” en un programa de radio o de televisión. Para estudiar los efectos con garantía, hay que tener en cuenta este hecho.

Platón explicaba estas imprudencias como producto del Daemonion. En la Apología de Sócrates (31 C-D), éste alude a lo chocante que resulta que aconseje en privado y, sin embargo, no se atreva a subir ante la Asamblea para aconsejar públicamente a la ciudad. Responde así: “Mas la causa de ello es lo que muchas veces me habéis oído decir en muchos lugares, que sobre mí siento la influencia de algún dios y de algún genio -a lo cual, como oísteis, aludió Meleto en su jocosa acusación-: se trata de una voz que comenzó a mostrármeme en mi infancia, la cual, siempre que se deja oír, trata de apartarme de aquello que quiero hacer y nunca me incita a ello.”<sup>21</sup>

Una figura mítica que ilustra “Guardias y ladrones” es Anquises, rey de los dár-danos. Tuvo la fortuna de que Afrodita se enamorara de él. La única condición que ella le puso fue que no contase nada. Unos días más tarde, estando bebiendo con los amigos, cometió la imprudencia fatal de hablar más de la cuenta. Zeus le oyó jactarse y lanzó su rayo contra él. Afrodita lo desvió, aunque Anquises quedó muy dañado. Por si esto fuera poco, cuando Afrodita dio a luz a su hijo Eneas, perdió interés por Anquises.<sup>22</sup>

Hemos visto películas en las que el ladrón o el criminal llama al periodista para preguntarle cuántos robos o crímenes tiene que cometer para aparecer en la primera página.

La Antítesis de este Juego tiene que ser preventiva. Los criminólogos deben mostrar a los reclusos cuál es el mecanismo de este juego y la razón profunda de que tantos delincuentes vuelvan a reincidir. De esta manera, les presentarán las ventajas de este juego como lo que realmente son: desventajas que pueden ser trágicas. Los periodistas también pueden negarse a hacer de “Enlaces” en este juego.

*Podemos aplicar también lo que Baltasar Gracián dice en su Oráculo Manual y Arte de Prudencia, concretamente en su Aforismo 21: “Arte para ser dichoso”... Pero bien filosofado, no hay otro arbitrio sino el de la virtud y atención, porque no hay más dicha ni más desdicha que prudencia e imprudencia.”*

## **7.2. JUEGOS QUE BUSCAN SATISFACER LAS NECESIDADES DE SEGURIDAD (DE ESTRUCTURA).**

### **7.2.1. “Sala de audiencia”**

La información periodística muestra diariamente polémicas entre personajes muy diversos: Empresarios, políticos, profesionales libres, cónyuges. También oímos frecuentemente que de la polémica no sale la luz. ¿Por qué sucede esto último? La dinámica de este juego lo explica.

El interés de quien disfruta polemizando no es convencerse a sí mismo con razones -propias o ajenas- de la justicia de una posición, sino que los demás le digan que lleva razón y que, por tanto, se la dén. Necesita seguridad. Es mucho más atractivo difundir sus puntos de vista en los medios que pleitear en los Tribunales. El fallo de un juicio está separado de la actualidad, suele ocupar las páginas interiores de los periódicos y con una prosa tan sobrecargada y frondosa que resulta ininteligible y poco interesante para las audiencias.

Lo más sorprendente es que, mientras el polemista está proclamando su victoria, interiormente sabe que no tiene la razón, o que no la tiene en la medida en que él proclama. Lo que persigue es proyectar la culpa sobre el otro o los otros y que la Prensa y el público le eximan de responsabilidades.

“Sala de Audiencias” ha demostrado que los medios de comunicación están adquiriendo una importancia mayor que los Tribunales reales en la mente de las audiencias. El formato de muchos programas es el de un Juicio, con Juez y/o Jurado. El fallo es rápido. La manipulación de la audiencia reunida en el lugar donde se realiza el programa puede resultar clamorosa. Si se repiten las caras de los que asisten a un Programa semana tras semana, es muy fácil manipular a la audiencia que ve la televisión desde su casa: Eligiendo cuatro participantes que defiendan una posición y uno o dos a favor de la contraria; escogiendo asistentes que, en su mayoría, estén a favor de una posición y dejando en una llamativa minoría a los que están a favor de la opuesta.

Este juego puede resultar muy complicado cuando el Jurado está compuesto por varios periodistas que luchan también entre sí. Lo cual hace vender mucho más los periódicos y subir la audiencia, pues unos defienden y otros atacan al demandante o al demandado.

También resultan muy coloristas en radio o en televisión las polémicas en las que el uno de los actores juega a “ADEMÁS”. Consiste este juego en ir lanzando una acusación tras otra en una impresionante catarata. El otro actor, por muchos esfuerzos que hace en contestar a los ataques, ve cómo los argumentos no valen, porque el demandante no escucha. Sobre todo, si el actor principal no tiene sentido del humor y toma las expresiones en sentido literal, el periodista, como moderador, se ve también desbordado por la repetición de “Además-Explicación”.

Las reuniones de los dioses griegos en el Olimpo muestran este Juego.

El profesional competente sabe dar con la Antítesis de este Juego. Ante todo, no permite que “él”, “élla”, “ellos”, “éllas” sustituyan al “tú”, “usted”, “yo”. Es decir, personaliza la relación. Después, con destreza, sabe cambiar el pasado por el presente; desmonta la sinrazón que supone tomar las palabras en sentido literal siempre, en todas las ocasiones. Un recurso fundamental es el humor, que hace ver a cada parte que no llevan toda la razón que piensan y muestra las

inconsistencias, vacíos, contradicciones y paradojas en que incurren. Así es como logra la risa de descubrimiento de zonas desconocidas. Finalmente, enfrenta a cada parte con acciones futuras.

### 7.2.2. "Indigencia"

Eric Berne encontró la mejor formulación de este juego en *El Coloso de Maroussi*, de Henry Miller: "El suceso debe haber tenido lugar el año en que yo estaba buscando un empleo sin la menor intención de aceptar ninguno. Esto me recordó que, desesperado como estaba, ni siquiera me había molestado en mirar las columnas de los ofrecimientos de empleos en los periódicos." Es decir, el mecanismo de este juego consiste en mantener una dependencia pasiva, en no desarrollar todos los esfuerzos para encontrar trabajo o en vivir del esfuerzo ajeno, mientras trabaja privadamente en otra actividad.

"Indigencia" es un asunto espinoso, por los componentes políticos que encierra y las acusaciones que puede recibir quien revela sus entresijos. De todas formas, la verdad acaba por abrirse paso. Los periodistas han investigado, descubierto y publicado los mecanismos de fraude en el seguro de paro y en las subvenciones.

Un profesional puede ser manipulado en este juego por quienes, como parados o como gestores de instituciones, están interesados en "hacer progresos" y no en que la situación se solucione, por quienes juegan a "¿No es horrible?" , "¿Por qué tenía que sucederme esto a mí?" y "Pata de Palo". "Indigencia" como juego es una muestra más de la invalidez psicológica.

El periodista puede cumplir una misión cultural decisiva, en España al menos. *Durante siglos, el trabajo manual ha estado desprestigiado entre los españoles. Incluso, socialmente no ha estado mal visto en determinados ambientes engañar al Estado. Los periodistas que contribuyen a cambiar esta manera de pensar, logran que cada vez más personas se den cuenta de la importancia de ser autónomas y responsables. Miguel de Unamuno, Salvador de Madariaga, Ramón Menéndez-Pidal, José Ortega y Gasset, Américo Castro, Claudio Sánchez-Albornoz, Julián Marías han pensado y escrito mucho sobre este asunto. "Tener una colocación" es una expresión muy querida para muchos españoles... aunque el puesto de trabajo no coincida para nada con la vocación, aunque deteste trabajar. En el fondo, es un no imaginar la vida y el futuro como un proyecto ilusionante.*

El periodista que no quiere jugar, hiere, con toda seguridad, intereses creados y choca contra un ambiente que puede favorecer la pasividad. Hay profesionales convencidos de que, si acaban con un problema, se acaba con su puesto de trabajo. Es decir, que la eficiencia es un pecado. Por tanto, necesita más y más casos de gente dependiente, que justifiquen la asignación de presupuestos. <sup>23</sup>

Si logra atravesar todas esas resistencias, el periodista puede estar seguro de activar energías desaprovechadas y de ayudar a experiencias nuevas e independientes en su audiencia.

### 7.2.3. “Pata de palo”

Está muy unido al juego anterior pero su radio es mayor. Quienes participan en este juego acuden al periodista para presentar sus alegatos, dirigidos a evitar responsabilidad: “¿Qué se espera de alguien con una pata de palo?”, es decir, alegan desequilibrio mental: “¿Qué esperas de alguien tan perturbado como yo?”

El juego es muy antiguo. Nada menos que Hamlet interpretó este juego:

“HAMLET.- (A LAERTES). Concededme, señor, vuestro perdón; os he agraviado, mas perdonadme, a fuer de caballero. Bien saben los aquí presentes, y vos mismo lo habréis oído, lo afligido que me hallo por una cruel demencia. Todo cuanto hice que rudamente pudiera lastimar vuestro temperamento, vuestra conciencia y vuestro pundonor, aquí mismo os declaro que fue acto de locura. ¿Fue Hamlet quien ultrajó a Laertes? No. Hamlet, jamás. Pues que si Hamlet está fuera de sí, y no siendo él mismo, ofende a Laertes, no es Hamlet quien tal hace: Hamlet lo reprueba. ¿Quién lo hace, pues? Su demencia; y si ello es así, Hamlet pertenece a la parte ofendida, siendo su locura el enemigo del pobre Hamlet”.<sup>24</sup>

Nos parece estar asistiendo a una escena que se repite en miles y miles de juicios en los Tribunales de todo el mundo. Los abogados cobran por representar lo mejor posible esta escena.

Pueden buscar al periodista para que airee un alegato ideológico: “¿Qué esperas de alguien que pertenece a una sociedad como la nuestra?”. Era el alegato favorito que Dick y Perry, los asesinos de *A sangre fría*, hacían continuamente al periodista y novelista Truman Capote. Éste nunca aceptó seguirles el juego y se ponía a sí mismo como ejemplo de niñez muy desgraciada y que, a pesar de todo, había conseguido sobrevivir con dignidad.

El periodista puede crear también situaciones interesantes cuando mira al trasluz muchos alegatos psicosomáticos y comprende que se componen de evasiones de la responsabilidad y de deseos de no desarrollarse y de no hacer frente a las obligaciones. Observar muchos juicios ayuda a que el periodista desarrolle una gran agudeza para comprender este juego y no ser manejado.

### 7.2.4. “¿Por que no? - sí, pero”

Muy unido a los dos anteriores, este juego se basa en la siguiente Tesis: “A ver si puedes dar una solución que yo encuentre intachable”. El resultado con el que más

goza el perseguidor es observar cómo su/s interlocutor/es abandonan los esfuerzos por convencerle. Y es que el meollo de este juego no consiste en recibir sugerencias sino en rechazarlas, no en resolver problemas sino en tranquilizarse y comprobar que todas las posibles soluciones tienen abolladuras.

La psicología de lo que en política se denomina “reaccionario” se basa en este juego. Es decir, una persona no tiene posición política propia sino que se dedica a atacar las posiciones de todos los demás. Por eso, el periodista sagaz sabe distinguir cuándo un interlocutor es crítico porque ha pensado mucho en la alternativa que ofrece y cuándo otro es hipercrítico de las posiciones ajenas porque no ha dedicado energía psíquica a elaborar una posición consistente.

La Antítesis es producir desconcierto en el jugador, preguntándole qué piensa hacer para cambiar las cosas o guardando un silencio que obligue al jugador a construir alguna solución.

Hércules, Ulises y Teseo, que ya he puesto como ejemplos positivos en “¿No es horrible?” tienen también aquí su lugar. A diferencia del jugador, que convierte una solución en un problema, ellos encontraban soluciones a todas las dificultades que se les presentaban, y que no eran pocas.

#### **7.2.5. “SI NO FUERA POR TI” (SI NO FUERA POR LOS PERIODISTAS...)”.**

Consiste en quejarse de las restricciones que suponen los periodistas para la intimidad del individuo o para los tratos secretos entre diversas fuerzas políticas o económicas. El resultado es una tendencia a dejar las cosas como están. Pocos juegos como éste buscan justificar acciones.

Hay varias modalidades de este juego. La más agresiva está dirigida a demostrar que los periodistas son unos indeseables.

Los políticos, de cualquier país, piensan que los periodistas son el mayor obstáculo para los compromisos; gozan de un poder que no han ganado en las urnas y que no están obligados a renovar periódicamente. Ahí se encuentra, según muchos políticos, la raíz de por qué los periodistas no responden prácticamente ante nadie.

La más benigna tiende a despersonalizar y a centrarse en la información periodística como si fuera algo mostrenco, sin dueño. Así presentada, aparece como una mala versión, una desafortunada interpretación o una maliciosa intoxicación de las “ponderadas” palabras de un prudente emisor. En realidad, suele ser la respuesta de una fuente a las reacciones desfavorables que su globo-sonda, vehiculado por los medios de información, ha obtenido entre algunos sectores. Es muy corriente culpar a los periodistas por deformar lo que un personaje ha declarado y que otros han criticado.

A su vez, los periodistas pueden participar en este juego como actores principales,



manteniendo que si no fuera por X personas o instituciones, un determinado aspecto de la sociedad funcionaría mucho mejor. La sorpresa, y por tanto perpetuación del juego, sucede cuando las personas cambian varias veces y las cosas siguen empeorando.

La Antítesis es la tolerancia.

Una figura mítica que viene a la memoria es la de Damocles, siempre con la espada encima de su cabeza.

### **7.3. JUEGOS DE PODER EN LOS QUE PERIODISTAS Y/O SUS INTERLOCUTORES BUSCAN SATISFACER SUS NECESIDADES DE RECONOCIMIENTO Y ESTRUCTURA (VENTAJAS EXISTENCIALES).**

En estos Juegos, predomina el Papel de Perseguidor. El jugador principal busca reafirmar su posición vital arrogante y se vale de otros jugadores y de los incidentes para lograrlo.

#### **7.3.1. "Acorralar".**

Un periodista competente sabe "acorrallar" a algunos entrevistados que no quieren facilitarle una información que él considera importante para sus investigaciones. Entre las preguntas más importantes que puede hacer un periodista están las de confrontación. Es decir, ante una fuente que se niega a dar una información o que se contradice, el periodista le plantea las cosas de tal modo que ha de optar por un camino o por otro; idealmente, por la opción que da al periodista esa información que va buscando. Puestas las cosas así, la confrontación es una Actividad, no un juego.

Si el periodista, en lugar de ir buscando una información útil, quiere quedar por encima del entrevistado a toda costa y, además, desprestigiarle, juega a "Acorralar".

¿Cómo diferenciar cuándo se trata de una Actividad y cuándo de un Juego? Si es Juego, cualquiera de las dos opciones ante las que el periodista coloca al interlocutor es perjudicial. El periodista produce una situación de "doble vínculo", según la expresión acuñada por Gregory Bateson. Es decir, el entrevistado queda mal tanto si dice una cosa como la contraria.

He observado que los periodistas que juegan a "Acorralar" emplean el cambio constante entre el sentido literal y el sentido alegórico, entre llamadas a la abstracción y llamadas a la concreción, entre el estilo lacónico y el asiático. El interlocutor comprueba que no puede cumplir con las exigencias del periodista. Puede darse por vencido, apareciendo como una persona que no quiere revelar información y que intenta escurrirse. El tono de voz del periodista y su lenguaje corporal denotan la satisfacción de la victoria.

Las “entrevistas-emboscada” pueden adoptar una expresión intelectual en forma de paradoja del tipo “Russell-Whitehead”:

A: “Como usted puede ver, la situación está muy tranquila”.

B: “El silencio en sí mismo puede ser algo alarmante, como en las películas de indios.”.

C: “Usted puede observar que aquí no hay señales de alarma”.

B: “Pero que no haya signos de alarma puede ser la señal más clara de que ha ocurrido algo muy grave. ¿O es que no se acuerda usted de cómo Sherlock Holmes se dió cuenta de que el perro no había ladrado? Ésa fue para él una pista definitiva en “*Cara de Plata*”.

El periodista que juega a “Acorralar” puede encontrarse con un interlocutor que no quiere seguirle el juego. Por ejemplo, se niega a aceptar paradojas o se sonríe abiertamente y le pregunta al periodista por qué está tan empeñado en ganar en una discusión, y no en investigar. Sobre todo, si ha respondido con hechos concretos cuando el periodista se los ha pedido; o ha sabido generalizar si la pregunta lo exigía; o ha dado respuestas cortas al recibir preguntas cerradas o descendido a los detalles como respuesta a las abiertas. El periodista puede quedar en evidencia. Baltasar Gracián, en el Aforismo 143 de *Oráculo Manual y Arte de Prudencia* retrataba una situación parecida: “Lo paradojo es un cierto engaño plausible a los principios, que admira por lo nuevo y por lo picante; pero después, con el desengaño de salir tan mal, queda muy desairado.”<sup>25</sup>

Si el entrevistado es el que juega a “Acorralar”, queriendo quedar por encima del periodista, nos encontramos en una situación idéntica, sólo que cambiando de intérprete del Juego.

¿Y si tanto periodista como entrevistado están empeñados en ganar? El citado Gracián debió presenciar situaciones en que dos personas jugaban a superar al contrario. En *El Discreto* presenta así el panorama:

“De aquí nace que estos tales, muy pagados de su paradoja, solicitan la ocasión y andan a caza de empeños, van a la conversación como a contienda, levantan las porfías, y hechos arpiás, insufribles del buen gusto, todo lo arañan con sus acciones y todo lo desazonan con sus palabras. ¿Pues qué, si les coge este picante humor algoleídos, aunque sepan las cosas a lo necio, que es mal sabidas? Se pasan luego de bachilleres de presunción a licenciados de malicia, monstruos de la impertinencia.”<sup>26</sup>

La Antítesis de este juego es prohibir las paradojas lógicas. También, saber detectar las falacias de los razonamientos y revelarlas, antes de admitirlas como si fueran razonamientos correctos.

Hermes representa la astucia para no dejarse acorralar. Sus negociaciones con Apolo y Zeus muestran cómo sabía extraer ventajas de cualquier situación. Cuando Zeus le prohibió decir mentiras completas, él le prometió no decir mentiras, “aunque no puedo prometer que diré siempre toda la verdad”.<sup>27</sup>

### 7.3.2. “Dejemos que tu y él peleéis”.

Es el Juego o Maniobra que hace subir la audiencia de radio y televisión y las tiradas de los periódicos. Para los periodistas que participan en él, una información es tan importante como el daño que puede causar a los demás. “Ésta es la casa que construyó el miedo”, puso Hedda Hooper a la entrada de la puerta de su casa. Sólo se necesita un provocador y dos o más personas que quieran competir. A partir de ahí, encontramos variedades: El periodista como provocador y unos cónyuges, políticos, empresarios, grupos organizados que se prestan a interpretar estos juegos. Un político puede provocar a los periodistas: administra las filtraciones y logra que luchen entre ellos, desviando así la atención de los periodistas, que así no se dirigen contra él. *Un periodista puede ampararse en el anonimato, haciendo que la organización para la que trabaja aparezca como provocadora; un político puede provocar escudándose detrás de una institución.*

Ares o Marte, el dios de la guerra, empleaba continuamente este juego o maniobra. Dice Graves: “El Ares tracio ama la batalla por sí mismos y su hermana Eris provoca constantemente ocasiones para la guerra mediante la difusión de rumores y la inculcación de celos. Como ella, él nunca favorece a una ciudad o a una facción más que a otra, sino que combate en este o en aquel lado según la inclinación del momento y se complace en la matanza de hombres y el saqueo de ciudades.”<sup>28</sup>

Este Juego admite también diversos tipos y niveles de disputas, con el telón de fondo de la máxima “Divide y vencerás”. Los resultados pueden sorprender. Principalmente, porque el beneficiario de la lucha puede ser un tercero que no haya participado en la misma. El provocador ha logrado desgastar a los contendientes y, al final, mira en otra dirección, hurtando la victoria a ambos y justificando su decisión por el carácter “difícil” de los contendientes a los que él mismo ha enzarzado.

Los medios de comunicación elevan el nivel de este juego, puesto que, en la mayoría de los casos, los contendientes olvidan el objetivo que les llevó a disputar y se dedican a defender su vanidad u orgullo, que son precisamente el cebo de que se vale el provocador. Es fácil imaginar la satisfacción de un maquiavélico al observar paso a paso cómo van fructificando las semillas de la discordia que él ha sembrado. El resultado previsible es el aislamiento de los periodistas y la ruptura de sus solidaridad y juego limpio.

Por eso, el mejor remedio contra este Juego o Maniobra es no participar en él. El periodista puede negarse a asistir a Sesiones de Prensa donde un portavoz siembra información privilegiada. O a recibir una filtración que luego pueda ocasionar un

desprestigio a él mismo o a otros compañeros, precisamente por la intención manipuladora subyacente. Incluso, puede preguntar al otro contendiente por qué entra a participar en la disputa, cuando estaba a punto de hacerse la luz en un asunto complicado.

### 7.3.3. “Les demostraré”

Es una versión destructiva de lo que podría haber sido un Programa de vida constructivo. En este último caso, el periodista piensa que su público puede estar contento de haberle conocido, precisamente porque ha trabajado por el interés de los demás y no para aumentar su fama y riqueza. Es un sentimiento muy saludable, que genera una motivación continua en el trabajo diario.

El Juego comienza cuando el periodista persigue la fama no como muestra de lo que puede realizar con su talento, destrezas y trabajo, sino para crear envidiosos y hacer sentir a los demás la culpa por no haberle tratado mejor. Sobre todo, quien juega quiere dar salida al rencor acumulado.

Hay personas que advierten esta dinámica en un periodista y lo consideran manejable. Lo único que tienen que hacer es suministrarle información-cebo que le valga al periodista para lanzar el rencor acumulado contra el blanco que el instigador ha elegido. Así programado, el periodista puede destrozar la imagen del blanco, pero lograr también que el blanco le destruya a él. Sobre todo, si el blanco se propone también demostrar al periodista que quien se ríe de él tiene que pagar un alto precio. Es el argumento de algunas películas sobre el Periodismo. Este juego da también la clave de las vidas de algunos periodistas que alcanzaron la fama como respuesta a los desprecios recibidos en su vida privada o en entornos opresivos.

En la Mitología, una situación parecida es la que Homero narra en el Canto V de *La Ilíada*. Atenea se vale del valeroso Diomedes para atacar a Ares, el dios de la guerra:

“Cuando Ares, funesto a los mortales, los vió venir, dejando al gigantesco Perifante tendido en el mismo sitio en donde acababa de matarle, se encaminó hacia el divino Diomedes. Y al hallarse a corta distancia, Ares, que deseaba acabar con él, le dirigió la broncínea lanza por encima del yugo y las riendas; pero Atenea, cogiéndola y desviándola del carro, hizo que aquél diera el golpe en vano. Entonces, Diomedes atacó valientemente al dios con su pica y Minerva, haciendo que apuntase a la ijada de Ares, donde el cinturón le ceñía, consiguió que le hiriese, desgarrando cruelmente su hermoso cuerpo”.<sup>29</sup>

Conviene recordar que un estudio ya clásico -data de 1956- se interesaba ya por averiguar lo que ahora podemos considerar juego o, también, la vocación de un periodista autorrealizado.

Ithiel de Sola Pool e Irwin Shulman fueron los investigadores que querían demostrar cómo la audiencia o lo que el emisor piensa que son las audiencias desempeñan un papel activo, pues afectan al emisor.

Se entrevistaron con treinta y tres periodistas. Las entrevistas se hacían de forma igual. Shulman llegaba a una cita concertada con el periodista en la redacción, y esperaba a que éste acabase lo que estaba escribiendo. Inmediatamente después, sin dejar tiempo libre, Shulman iba leyendo el texto escrito, párrafo por párrafo, y le pedía al periodista que recordase con detalle todas las personas que habían venido a su mente cuando estaba escribiendo.

Habiendo recogido suficiente material, los autores llegaron a la conclusión de que el acto de escribir:

- a) parecía proporcionar a unos periodistas la oportunidad de satisfacer a los lectores, que corresponderían mostrando admiración y efecto;
- b) para otros, parecía consistir en un arma para combatir a los indeseables.

Tanto unos como otros alimentaban sus fantasías respectivas con la creencia en el poder de la palabra impresa, capaz de mover a los lectores.

La hipótesis que intentaban probar es que los periodistas comunican mejor aquellos contenidos que corresponden mejor a sus fantasías respectivas que los que no cuadran con las mismas. Es decir, los periodistas con fantasía positiva se sentirían molestos redactando hechos desagradables, mientras que los de fantasía negativa no se encontrarían bien redactando hechos agradables.<sup>30</sup>

Una figura mítica que interpretó repetidamente este juego es Posidón. Quería llevar siempre la razón en las disputas con Atenea y, cuando no la obtenía, producía incidentes que llamaban la atención de los dioses: inundaba o secaba los ríos.<sup>31</sup>

#### 7.3.4. "Defecto"

Hay una norma no escrita, pero sí muy repetida, entre los periodistas: "Muchas veces, lo único que vale en esta profesión es la malicia". No se contentan con la imagen que lanzan las personas, sino que escudriñan precisamente en lo que las personas ocultan o no quieren mostrar. En muchas ocasiones, es más importante e interesante el ruido que la mera información. Es decir, las contradicciones entre palabras y hechos, entre vida privada y vida pública, entre programas y las realidades. Si el trabajo periodístico tiene sentido, es porque descubre el ruido que está bajo la información y transforma este ruido en información para la audiencia.

Cuando el periodista piensa que en esta vida sólo hay ruido y organiza su trabajo según esta creencia, está jugando a "Defecto", "Mancha" o "Tacha". Hay periodis-

tas especializados en este juego. No se encuentran tranquilos hasta que no han encontrado el defecto en una persona. Mucha de la charla entre periodistas se basa en proveerse mutuamente de tranquilidad negativa. En muchos casos también, es el presupuesto que hay que dejar sentado para poder racionalizar procedimientos no éticos. Una vez sentado que una persona tiene un defecto insuperable, todo vale.

En la Mitología, Eveno interpretaba este juego en tercer grado. “Con el propósito de que su hija se mantuviera virgen, invitó a cada uno de sus pretendientes por turno a correr con él una carrera de carros; el triunfador obtendría Marpesa y el vencido perdería la cabeza. Pronto hubo muchas cabezas clavadas a las paredes de la residencia de Eveno, y Apolo, que se enamoró de Marpesa, manifestó que le disgustaba una costumbre tan bárbara y declaró que terminaría pronto con ella desafiando a Eveno a una carrera.”<sup>32</sup>

Uno de los aspectos más sensibles en este Juego es el ataque a los defectos físicos: falta de armonía en los rasgos, desvío de cánones de belleza ideal, fealdades. Algunos personajes han señalado que, si el periodista ataca así, es porque él tiene también defectos físicos y se da seguridad negativa centrándose en los ajenos.

Leer o ver representados los defectos de otras personas es una actividad favorita de muchas audiencias. Así aumentan las tiradas o los contratos de publicidad. La curiosidad es prácticamente infinita, porque infinita es la necesidad que muchas personas tienen de darse tranquilidad negativa. Los periodistas pueden participar en este juego con talante humorístico o rencoroso y vengativo, pudiendo llegar a provocar suicidios como resultado de la ruptura total de la imagen pública de un individuo. El periodismo amarillo se basa, fundamentalmente, en desvelar aspectos íntimos de las personas, independientemente de sus grandes realizaciones.

El periodista que juega a Defecto puede encontrarse con que la persona atacada replica centrándose en los defectos del periodista. En radio y en televisión, la impresión en las audiencias es la de un iconoclasta, que derriba la imagen del periodista. En un futuro próximo, los personajes famosos se atenderán a una norma esencial en las Relaciones Públicas: “No hay que dejar sin respuesta cualquier ataque recibido en público”. Si un periodista decide no entrevistar más a un personaje que contraataca, pasará por censor y miedoso. Entonces, otro periodista competidor *entrevistará al personaje precisamente para que ataque al periodista que no admite réplicas que dañen su prestigio.*

Como más daño puede hacer un entrevistado a un periodista es mostrando las falacias en que incurre cuando razona. La falta de toda la información en un caso puede encontrar una excusa por lo muy difícil que ha resultado encontrarla. Mucho más difícil de disculpar son los razonamientos defectuosos. Por eso, un periodista que modere o discuta, irá pertrechado con la destreza de saber razonar y de saber quién razona mal.<sup>33</sup>

El peligro que acecha también a algunos periodistas es aficionarse no tanto a razonar bien sino a las filigranas de los razonamientos. La información, los hechos, la

vida en general pierden importancia y sólo se convierten en un pretexto para mostrar dotes dialécticas. Nietzsche vió claro este peligro y avisó sobre él. Opinaba muy desfavorablemente sobre Sócrates, porque pensaba que era el causante de esta manera de enfrentarse con la vida. “El pesimismo estaba latente debajo de sus “porqués”; ocultó la vigencia agonal bajo el disfraz del ejercicio de la razón y desarrolló la inteligencia hasta la tiranía en contra de los instintos... Al contrario de los demás hombres, en Sócrates la razón es creadora y el instinto es crítico: en él se desarrolla de manera exagerada el espíritu lógico, del mismo modo que en el místico se desarrolla la sabiduría instintiva”.<sup>34</sup>

Por otra parte, si convirtiésemos el parecer de Américo Castro sobre unas palabras de Quevedo en un diálogo actual, podríamos asistir a una escena en la que el periodista diese la Antítesis al entrevistado:

“Quevedo escribió algo que no reflejaba la situación intelectual de la España contemporánea, y que se ajustaba rigurosamente a la de España: “Pocos son los que hoy estudian algo por sí y por la razón, y deben a la experiencia alguna verdad; que cautivos en las cosas naturales de la autoridad de los griegos y latinos no nos preciamos sino de creer lo que dijeron; y así, merecen los modernos el nombre de creyentes como los antiguos de doctos” (*La cuna y la sepultura*, 1634, Capítulo IV). Quevedo, como sus compatriotas, está incurso en la censura que formula; gran innovador como artista, nada innovó en el terreno del pensamiento o de la ciencia.”<sup>35</sup>

### 7.3.5. “Ahora ya te tengo”

Pocos juegos como éste se basan en la “profecía que se autocumple”. Si un periodista piensa que no se puede confiar en la gente, “Ahora ya te tengo” le proporciona material con el que fundamentar su creencia. Típico de quienes se creen superiores a la información y a cualquier persona, este juego “justifica” la ira, la rabia y el rencor. “Es mejor sorprender a los otros, puesto que si les dejas tranquilos, acabarán sorprendiéndote”.

Una de las características de los periodistas aireadores de escándalos es su ansia de venganza. Son capaces de estar persiguiendo años y años a una persona con este juego hasta que acaban destruyéndola. Su método de trabajo consiste en conceder raramente a sus adversarios el beneficio de la duda y algunos de ellos suelen despertar a sus víctimas, para cogerlas desprevenidas. Se imaginan a sí mismos como la amenaza que nunca descansa. Mientras juega, un periodista no tienen que enfrentarse con sus propias deficiencias. Por eso, vigila continuamente las acciones de su víctima. Observa muy selectivamente, desechando la información que puede ir contra de su creencia radical en la malignidad de la gente. Incluso, atribuye intenciones dudosas a quien actúa bien.

Apolo jugó el papel de Perseguidor con el sátiro Marsias, la víctima. Primero, logró desafiarle a un certamen musical y cuando Marsias no pudo ganar, Apolo “a pesar

de su supuesta bondad, se vengó cruelmente en Marsias lo desolló vivo y clavó su piel a un pino..”

Artemisa es la diosa que también personifica “Ahora ya te tengo”. “Artemisa exige a sus compañeras la misma castidad perfecta que practica ella. Cuando Zeus sedujo a Calisto, hija de Licaón, Artemisa observó que estaba encinta. La transformó en una osa, llamó a la jauría y Calisto habría sido perseguida y destrozada por los perros si no la hubiera acogido en el cielo Zeus, quien luego puso su imagen entre las estrellas.”

“En otra ocasión, Acteón, hijo de Aristeo, se hallaba recostado en una roca cerca de Orcomedes cuando vio a Artemisa bañándose en un arroyo no lejano y se quedó contemplándola. Para que luego él no se jactase ante sus compañeros de que ella se había mostrado desnuda en su presencia, Artemisa lo transformó en un ciervo y con su propia jauría de cincuenta sabuesos lo despedazó”.<sup>36</sup>

Una variante de este juego ha originada dos casos públicos que han pasado a la historia. El periodista y/o escritor es admitido en un círculo de selectos y, por alguna razón, decide romper esa confianza. A partir de ese momento, colecciona en silencio hechos, evidencias, pruebas y, en un momento concreto, publica lo que ha observado en ese círculo. Herman Manckiewicz escribió *Ciudadano Kane* para retratar la vida de William Randolph Hearst. Había frecuentado San Simeón, la residencia del magnate del periodismo. Cuarenta años después, Truman Capote publicó *Plegarias atendidas*, retratando muy desfavorablemente a la alta sociedad. Destaca su visión de William Paley, el Presidente de la *CBS*, de cuya familia había sido Capote muy amigo. La alta sociedad rechazó de tal modo a Capote que le convirtió en un apestado social.<sup>37</sup>

Estos casos me han hecho recordar lo que ocurrió con Antonio Pérez y Felipe II. Las Relaciones, publicadas en español en Londres en 1594, y que el ex-Secretario del Monarca aparecía bajo el seudónimo Rafael Peregrino, fueron aprovechadas para fundar la Leyenda Negra.<sup>38</sup>

Hay periodistas que han adquirido un gran poder porque estaban en el lugar y momento oportunos cuando vieron un hecho que podía causar el desprestigio total de un poderoso. Sin intercambiar palabras, sin negociar, el poderoso facilitó decisivamente la carrera de ese periodista. Fue el precio que pagó para que el periodista no difundiese un gran escándalo.

La Antítesis de este Juego es atenerse estrictamente a unas reglas desde el principio y no cambiarlas. Si la Víctima se siente engañada, puede organizar una maniobra de venganza contra el periodista, poniendo todos los medios para hacerse con información perjudicial sobre él. Si esto ocurre, el periodista se encuentra con que se ha cumplido la profecía sobre la que ha asentado su actividad profesional.



### 7.3.6. “JERGA TÉCNICA”

Consiste en dominar a la audiencia con el vocabulario sorprendiéndola y haciéndola sentirse inferior. Llevando las cosas al extremo, algunos entrevistados se complacen secreta e inconscientemente en que la audiencia se sienta estúpida. En lugar de hablar de la realidad de forma directa o sencilla, escogen los términos más complicados.

Lo peor que puede ocurrir es que el periodista participe también en este juego. Indica, ante todo, que no sabe moderar y que no sabe representar a la audiencia para pedir explicaciones sobre términos oscuros. Además, habla y escribe para iniciados. Quienes no lo son, pueden interpretar la entrevista o el escrito como si fuera un cuadro abstracto. El periodista juega con ventaja, porque puede decir que ninguna de las interpretaciones que se le ofrecen es la que él pretendía. Se dedica a cambiar de asunto y de nivel, cuando le piden que precise qué quiere decir.

Desde Aristófanes, los humoristas han tenido en el pedante a uno de sus blancos favoritos. Por eso, algunos periodistas encuentran la Antítesis de este juego en las imitaciones y chistes de los humoristas. Los golpes de la experiencia les obligan a cambiar. La audiencia puede también ofrecer su antítesis abandonando al periodista y éste pierde una batalla en la guerra de la audiencia.

Theodor W. Adorno y Max Horkheimer estaban intrigados por lo que ahora llamaríamos Juego de “Jerga Técnica”, que aquí he presentado en su modalidad de “Periodismo”. Debieron asistir a varias “liturgias” de “expertos” en los juicios o en los espacios de los medios y concluyeron que no les convencían. Ofrecieron, antes de Berne, la Antítesis de este Juego:

- a) «El juicio de los expertos no pasa de ser un juicio para expertos que olvida a la comunidad, de la cual —según la frase corriente— han recibido su misión las instituciones públicas.»
- b) «El experto, que necesariamente es también un miembro de la administración, decide desde arriba y degüella la espontaneidad.»
- c) «Su competencia no está completamente asegurada y, de cuando en cuando, es difícil distinguirla del chic de los aparatos.»

A pesar de recoger estas objeciones, estos dos autores piensan que el experto está al servicio del público, recibe la legitimación de él en una democracia y debe impedir las manifestaciones que sirven a la barbarie. De la misma manera debe proteger las cosas culturales de la esfera del dominio del mercado o del pseudomercado, aunque reconocen que esta última empresa está hoy casi truncada.

«Desde luego, habría que encontrar expertos cuya autoridad fuese realmente la de la cuestión, y no la fuerza meramente personal del prestigio o de la sugestión.

Debería, incluso, ser un experto quien decidiese quienes son expertos (círculo fatal).<sup>39</sup>

## 8. CONCLUSIÓN

Este artículo es un punto de partida para catalogar los juegos y maniobras fundamentales de los periodistas y de quienes emplean a los medios de comunicación para lograr sus fines.

La actividad investigadora de este asunto permanece abierta, pues conforme se introducen nuevas modalidades de trabajo periodístico y de acceso a los medios, más se va ampliando la gama de los juegos.

Un tema atractivo para investigar: las múltiples maneras que las personas tienen de encadenar unos juegos con otros y de ver cómo la respuesta a un juego es otro juego complementario.

Finalmente, pienso que las Antítesis serán uno de los puntos inconfundibles del periodista excelente en los próximos años. Sobre todo, si el periodista se convence de que el humor es una de sus armas fundamentales.

## 9. NOTAS

- 
1. VALBUENA DE LA FUENTE, F.: *La comunicación y sus clases. Aplicaciones a diversos campos de la actividad humana*. Zaragoza, Edelvives, 1979. Pp. 133, 151 y 309-317.  
VALBUENA DE LA FUENTE, F.: *Comunicación Interpersonal*, en Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, Ediciones Paulinas, 1990. Pp. 258-266.
  2. BERNE, Eric.: *Games People Play. The Psychology of Human Relationships*. Nueva York, Grove Press, 1963. Ha sido traducida al español por dos editoriales: Diana, México, 1987 (20ª Impresión, 1987) y Jaime Vergara, Editor, Buenos Aires, 1988. También se ocupa de los juegos organizativos en *Introducción al tratamiento de Grupo*. Barcelona, Grijabolo, 1978 (Ver, sobre todo, Pp. 357-379). Claude Steiner, el principal discípulo de Berne, escribió *Games Alcoholics Play*. Traducción española: *Alcoholismo: Una aplicación del Análisis Transaccional*. México, V siglos, 1978. También, *Scripts People Live*. Traducción española: *Libretos en que participamos*. México, Diana, 1980 y *The Other Side of the Power*. Nueva York, Grove Press, 1981, dedicado especialmente a las maniobras para conseguir el poder. Betty Lehan Harragan estudió las maniobras de las ejecutivas en *Games Mother Never Taught You*. Nueva York, Warner, 1977. Peter Hutchinson escribió, en 1983, *Games Authors Play*, Londres y Nueva York, Methuen. En la Introducción, reconoce que el libro de Berne es el que le impulsó a escribir una obra que, pienso, está llena de visiones originales y que pueden atraer a los aspirantes a escritores. Sobre juegos de los estudiantes, ERNST, K.: *Juegos en que participan los estudiantes*. México, Diana, 1984. En la Universidad Complutense contamos con una Tesis muy sólida: *Análisis Transaccional y Educación. Los Juegos Psicológicos en el Aula*. Su autor es Rafael Sáez Alonso y la defendió en 1988. Sobre Juegos en general: KERTESZ, R. y otros.: *Introducción al Análisis Transaccional. Los juegos psicológicos*. Buenos Aires, Paidós, 1977 y KERTESZ, R.: *Análisis Transaccional Integrado*. Buenos Aires, Ippem, 1985.
  3. Steiner, C.: *Libretos...* P. 68.
  4. KATZ, Elihu; BEUMLER, Jay G., Y GUREVITCH, Michael: «Uses of Mass Communication by the individual», en DAVIDSON, W. Ph. y Yu, FREDERICK, T. C (Eds.): *Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions*. Nueva York, Praeger, 1974, pp. 11-34. Este artículo trata muy bien la marcha de la "teoría de los usos y gratificaciones". El estudio de puntos parti-

- culares puede hacerse más explícito yendo tanto a las investigaciones originales, cosa obvia, como a libros sistemáticos. El europeo G. Maletzke trata esta línea de investigación al hablar de «Identificación y Proyección», en su *Sicología de la Comunicación Colectiva*, pp. 123-129. Allí expone y resume el resultado de algunos estudios. Considera a los análisis psicológicos de los «seriales diurnos de la radio», como «una mina para el estudio de la identificación en el proceso de la comunicación». Ver también mi libro *Receptores y Audiencias en el Proceso de la Comunicación*. Madrid, Pablo del Río Editor, 1976, Pp. 69-79.
- Elihu Katz muestra un interés especial por escribir artículos en los que sintetiza determinadas corrientes de pensamiento. Su estudio sobre «usos y gratificaciones» resulta ser un ejemplo más. No olvidemos, además, su vitalidad creativa en sus propuestas de investigación y réplicas posteriores en *Social Research on Broadcasting: Proposals for Further Development*. Londres, British Broadcasting Corporation, 1977 y "Looking for trouble". *Journal of Communication*, 1978, 28 (Primavera), 90: 95. Comentarios, 96-132. Respuestas, 133-141.
5. BERGER, G.: *Analyse du Caractère*, Paris. Presses Universitaires de France, 1961 (5ª Edición), Pp. 74-83. Traducción española: *Carácter y Personalidad*. Buenos Aires, Editorial Ateneo, 1956. Para una presentación actualizada de la Caracterología, J. A. CABEZAS SANDOVAL.: *Análisis descriptivo de la Personalidad*. Salamanca, Universidad Pontificia, 1978.
  6. MASLOW, A.: *Motivation and Personality*. Traducción española: *Motivación y Personalidad*. Barcelona, Editorial Sagitario, 1963.
  7. Los libros en los que Berne habla sobre la estructuración del tiempo son: el citado *Games People Play...*, Pp. 18-23. En *Sex in Human Loving*, Nueva York, Grove Press, 1970, Traducción española: *Hacer el amor* (título comercial que trivializa el original), Buenos Aires, Alfa, 1975, habla de cuatro necesidades: estímulo, reconocimiento, estructura e incidentes. En su libro póstumo, *What do you say after you say Hello*, Nueva York, Grove Press, 1971 (Traducción española: *¿Qué dice usted después de decir "Hola"?*, Barcelona, Editorial Grijalbo, 1994 (21ª Edición), Pp. 36-37, no habla de la necesidad de incidentes, que tan importante resulta en Periodismo. ¿Quiere decir esto que la eliminó por no considerarla imprescindible? Pienso que la perspectiva de este libro era muy amplia, la del Guión vital, y que atravesó rápidamente el asunto de la estructuración del tiempo, que ya que había tratado en dos libros anteriores. Por eso, sólo lo dedica dos páginas en un libro de 491 (en español). (Por cierto, es hora ya de mejorar la deficiente traducción de este libro. En lugar del término consagrado "Análisis Transaccional", emplea el de "Análisis Conciliatorio". Quizá el persistente éxito de ventas de este libro, cuya primera edición española data de 1973, no haya urgido a reparar esta gruesa incorrección, pero siempre hay tiempo para corregir los errores).
  8. Berne ha acuñado expresiones sencillas, que pueden hacer dudar sobre la solidez científica de sus ideas. A mi entender, esto se debe a que Berne admiraba a su padre, médico, muerto a los treinta y ocho años y al que dedicó *Transactional Analysis*, con la dedicatoria "Pauperibus Medicus". Entendía Berne que él también estaba obligado a facilitar los términos científicos a los que no tenían dinero. Había comprobado que el Psicoanálisis era para quien pudiera pagarse las sesiones. La desconfianza hacia quienes empleaban jerga técnica le llevó a identificar el juego "Psiquiatría", que aquí llamo "Periodismo".
  9. WATZLAWICK, Paul; J. H. BEVIN y D. D. JACKSON: *Teoría de la Comunicación Humana*. Barcelona, Editorial Herder, 1985, Pp. 85-89. El título original es *Pragmatics of Human Communication*. Nueva York, Norton, 1967.
  10. NOËLLE-NEUMAN, E. *La opinión pública: Nuestra piel social*. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica. 1995, Pp. 23 y 87-89.
  11. HARRIS, Alex.: *Stop the Presses!* (The Newspaperman in American Films). A.S. Barnes & Co./ Thomas Yoseloff Ltd, Nueva York-Londres, 1976.
  12. STEINER, Claude.: *The Other Side ...* Pp. 40-43.
  13. KARPMAN, Stephen.: "Fairy Tales and Script Drama Analysis", en *Transactional Analysis Bulletin*, 7: 39-43, Abril 1968.
  14. Las personas tenemos "argumentos"; lo mismo ocurre con la Historia de los pueblos. Cosa muy distinta es que algunos historiadores no sepan encontrar ese argumento más allá de las montañas de datos. Una muestra de un modo argumental de ver nuestra *Historia es España Inteligible*, de Julián Marías. Madrid, Alianza Editorial, 1985. Otros historiadores parecen contar todo sobre la Historia de España menos las cosas fundamentales. Es lo mismo que Litton Strachey reprochaba a las biografías sobre personajes victorianos.
  15. HAWES, Leonard.: *Pragmatics of Analoging*. Reading, Addison-Wesley, 1980.
  16. No cito programas concretos de radio y de televisión, porque hacen que un artículo envejezca prematuramente. Una manera de evitar este inconveniente, cuando escriba un libro sobre juegos y maniobras, es citar aquéllos que sean conocidos internacionalmente y cuyos derechos nayan comprado las televisiones españolas. Por ahora, parece que la creatividad española en este aspecto es bastante reducida. A veces, pienso que estamos asistiendo a un "Viernes Santo" de

- la imaginación en las televisiones. Por el contrario, pienso que bastantes espacios de la radio española tienen una vitalidad extraordinaria.
17. Para conocer los juegos y maniobras de los periodistas españoles, recomiendo tres trabajos, sin querer ser exhaustivo: José M. Hermida escribió en 1993 *La estrategia de la mentira. Manipulación y Engaño de la Opinión Pública*, Madrid, Temas de Hoy; José Juan Picos Freire defendió en 1994 su Tesis Doctoral *La imagen intencional y la imagen efectiva del periodista español*, que había realizado bajo mi dirección (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. De 1995 es la obra de Félix Santos, *Periodistas: Polanquistas, Sindicato del Crimen; Tertulianos y otras tribus*. Madrid, Temas de Hoy. Los Juegos pueden ser una herramienta potente para analizar e interpretar lo que estos autores presentan.
  18. LARRA, Mariano José.: *Artículos*. Selección, introducción y notas de Alejandro Pérez Vidal. Barcelona, Ediciones B, 1989.  
COSTA, Joaquín.: *Ideario*. Selección de J. García Mercadal. Prólogo de Luis de Zulueta. Madrid, Afrodísio Aguado, 1964.
  19. CASTRO, Américo.: *La realidad histórica de España*. México, Editorial Porrúa, 1987, P. 324.
  20. LESHER, Stepan.: *Media Unbound. The Impact of Television Journalism in the Public*. Boston, Houghton Mifflin, 1982; BOYER, Peter L.: *Who Killed CBS? The Undoing of America's Number One News Network*. Nueva York, Random, 1988. En Europa: TRISTANI-POTTEAUX, Françoise.: *L'Information, malade de ses stars. Comment la personalization de l'information se fait instrument du pouvoir*. París, J.J. Pauvert, 1983. (Sobre todo, a partir de la P. 223).
  21. PLATON: *Apología de Sócrates*. Barcelona, Ediciones Orbis, 1979. (Traducción de Francisco García Yagüe), P. 43.
  22. GRAVES, Peter.: *Los Mitos Griegos*. Madrid, Alianza, 1987. (Dos tomos) I, Pp. 81-82.
  23. BERNE, E.: *Introducción al tratamiento...* Pp. 367-368.
  24. SHAKESPEARE, William. *Hamlet, Príncipe de Dinamarca*. Acto V, Escena 2ª. Obras Completas, Tomo II, Editorial Aguilar, Madrid, 1989, (16ª Edición, 6ª Reimpresión), P. 286.
  25. GRACIAN, B.: O. c., P. 186.
  26. GRACIAN, Baltasar.: *El discreto Madrid*, Espasa- Calpe. 1969. P. 98)
  27. GRAVES, O. c.: Pp. 74-79.
  28. GRAVES, O. c. P. 87.
  29. HOMERO.: *La Iliada*. Madrid, J. Pérez del Hoyo, 1972, P. 71.
  30. DE SOLA POOL, Ithiel, y SHULMAN, T.: «*Newsmen's fantasies, Audiences and Newswriting*», en DEXTER, L. A. y WILLIAMS, D. M. (Editores): *People Society and Mass Communications*. Nueva York, The Free Press. 1964, pp. 141-158. (Para una exposición más amplia de esta investigación, VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo.: *Receptores y Audiencias en el Proceso de la Comunicación*. Madrid, Pablo del Río Editor, 1976, Pp. 162-164).
  31. GRAVES, P.: O. c. Pp. 69-71
  32. GRAVES, O. c.: P. 305.
  33. BENTHAM, Jeremy.: *Handbook of Political Fallacies* (1824. Reeditado por H.A. Larrabie en 1954). Existe una traducción española: *Tratados de los sofismas. Sacado de los escritos de J.B. por el Doctor Esteban Dumont*. Madrid, Imprenta D. L. Amarita, 1834.  
LAUSBERG, H.: *Elementos de Retórica Literaria*. Madrid, Gredos, 1975.  
HACKETT FISCHER, David.: *Historians' Fallacies*. Nueva York, Harper, 1970. Es una obra que no debería faltar en la biblioteca de un periodista.  
THOULESS, Robert H.: *Straight and Crooked Thinking*. Londres, Pan Books, 1960.  
WELLMAN, Francis.: *The Art of Cross-Examination*. Nueva York, Dorset, 1988. (La Edición original es de 1903). Las reediciones de esta obra muestran la vigencia de su contenido.  
WILSON, Barrie.: *Anatomy of Argument*. University Press of America. Lanhan, Nueva York, 1986.
  34. SUANCES MARCOS, Manuel.: *Friedrich Nietzsche: Crítica de la Cultura Occidental*. Madrid, UNED, 1993, P. 295.
  35. CASTRO, A.: O. c.: P. 210
  36. GRAVES, O. c. Pp. 92 y 101-102.
  37. KAEHL, Pauline.: *"Raising Kane"*. Prólogo a *The Citizen Kane Book*. Nueva York, Bantam Books, 1971.  
CAPOTE, Truman: *Plegarias atendidas*. Barcelona, Editorial Anagrama, 1987.  
CLARKE, Gerald.: Truman Capote. *La Biografía*. Barcelona, Ediciones B, 1989, Pp. 477 y sg.
  38. MARAÑÓN POSADILLO, Gregorio.: *Antonio Pérez*. Madrid, Espasa-Calpe.  
MOLINA MARTÍNEZ, Miguel. *La Leyenda Negra*. Madrid, Nerea, 1991.  
GARCIA CÁRCEL, Ricardo.: *La Leyenda Negra: Historia y Opinión*. Madrid, Alianza Editorial, 1992.
  39. ADORNO, T. W. y HORKHEIMER, Max.: *Sociológica*. Madrid, Taurus Ediciones, 1966, PP. 88-90.