



Una cadena 'progre', un 'malo malísimo' y 'fake news'

LUIS GONZALO SEGURA :: 16/07/2022

Así operó la mafia mediática en España para destruir a Podemos. Una operación descontrolada

Para la Real Academia de la Lengua Española, RAE, la democracia es el "sistema político en el cual la soberanía reside en el pueblo, que la ejerce directamente o por medio de representantes". Y de democracia —y valores democráticos— presume Occidente, en ocasiones como si de un Cristo evangelizador que pretende civilizar salvajes se tratara. De hecho, como dijo Paul Auster: "para los que no tenemos creencias, la democracia es nuestra religión". Y para Occidente la democracia es su religión.

Lo que sucede es que las democracias occidentales parecieran más sectas que iglesias y, claro, las democracias han terminado por recordar más a una obra del demonio que una creación divina. Una obra en la que lo principal, en palabras de Konrad Adenauer, "no es tener razón, sino que se la den a uno". Y de ello se encargan los medios de comunicación. En España, en particular, el país se asemeja a la umbría e inhóspita residencia no ya de un *Príncipe de las Tinieblas* —como Mauricio Casals—, sino de toda una estirpe.

La Inteligencia norteamericana y la oposición venezolana en el germen de las cloacas española

Los audios publicados por [Crónica Libre](#) son horripilantes no solo por lo que demuestran, que hubo un complot al más alto nivel para destruir a un partido político, Podemos, sino por los participantes: los agentes de la DEA por EEUU; opositores por Venezuela; y comisarios de policía, periodistas y grandes capos informativos por España. La conspiración no solo fue española, también fue norteamericana. Por tanto, internacional y occidental.

En España, la conspiración fue organizada por comisarios de policía como Eugenio Pino, José Manuel Villarejo o José Luis Olivera Serrano que, mediante varios periodistas, como Eduardo Inda, difundían información falsa en *Antena 3* y *La Sexta* con la connivencia de Mauricio Casals y Antonio García Ferreras. Pero no estuvo ahí su origen.

"¿Cómo llega esto a la DEA?", pregunta Ferreras. Al momento, responde Olivera primero: "La DEA te lo crea". Y ratifica Villarejo: "La DEA te lo crea porque tiene a... porque hay un colaborador ahí, un tío que trabaja para ellos. Que es un abogado que se llama José Aliste y este, este Aliste... es un malandrín que se dedica... tiene narcotraficantes, lo defiende y luego le da la información a la DEA, él cambia, en fin, el mundillo ese. Y este es el que, el que va y le vende la burra, le vende la burra al DAO, a cambio de que libere a su tronco, un tal Barrado es al que yo le doy caña". La DEA, la DAO y la liberación de un narcotraficante representan el más puro estilo americano. Por si fuera poco, instantes después sale a colación la doctora Pinto, una médico que denunció haber sido apuñalada por el comisario Villarejo.

Y es que solo este extracto de conversación, en el que se mezclan la liberación de un

narcotraficante y el apuñalamiento de una doctora, ya revela el ambiente mafioso en el que se cuece todo. En el que se encuentran todos los ingredientes de la receta americana para derrocar o impedir gobiernos.

El contexto: Podemos, una operación descontrolada

Corría el año 2014 cuando Podemos irrumpió en el escenario político español dinamitando la estructura bipartidista impuesta por los norteamericanos en la España postfranquista para mantener el control sobre un país que ya era aliado en tiempos de la dictadura (Pactos de Madrid, de 1953, entre el Reino de España y EEUU).

La aparición de Podemos fue como un virus que se escapó del laboratorio porque entonces, tras la crisis económica y el creciente sentimiento de indignación, al sistema le interesaba trocear a la izquierda lo más posible, como de costumbre. Divide y vencerás. Y, bajo ese principio, el *Establishment* fomentó a un grupo de jóvenes en el *laboratorio* para restar votos a una izquierda tradicional que se presentaba con buenas perspectivas. Lo hizo, sobre todo, en programas de las cadenas de televisión de *La Sexta* y *Cuatro*, las dos cadenas menores dedicadas a sostener al electorado de izquierdas. Pero la *pandilla de amigos* no restó votos a la izquierda, la arrasó. Solo unos meses después, en enero de 2015, tras varias exhibiciones de fuerza en la calle, Podemos amenazaba seriamente con un *sorpasso* al PSOE, lo que podría reducirlo a cenizas, como en otros países. Y, peor aún, tenía opciones reales de llegar al Gobierno —*El País*, 2 de noviembre de 2014: "Podemos supera a PSOE y PP y rompe el tablero electoral"—.

[twitter:twitturl:<https://twitter.com/FAQSTV3/status/1545890737006444546>]

La misma cloaca española que había creado a Podemos ahora tenía un serio problema: el 'virus' estaba fuera de control. Pero esta vez no fueron un par de cadenas de televisión, sino casi la totalidad de medios la que se alistó a la llamada a filas para combatir y destruir a ese enemigo que amenazaba con convertir a España en... una democracia.

El método 'Ferrerías'

Si hace poco supimos que *El País*, por medio de su entonces director, Antonio Caño, había participado de una operación mediática contra Podemos, ahora queda certificado —aunque era evidente— que *La Sexta* también fue un pilar de la gran operación mediática contra la formación política española. Pero su metodología varió sustancialmente del diario de referencia español, que no tuvo reparos en difundir el 24 de enero de 2015 en portada que Juan Carlos Monedero había falseado su currículum académico. *El País* rectificó, pero ocultando la rectificación en un marginal texto de la Defensora del Lector. De esos que casi nadie suele leer. No fue la única ni la última noticia falsa: *Antena 3* fue de los mayores difusores de noticias falsas, la mayoría de ellas aderezadas con Venezuela o ETA. Y la mayoría sin rectificaciones o con correcciones menores o marginales.

Sin embargo, *La Sexta* no podía comportarse así, no podía difamar de forma tan obscena a Podemos, pues ello le habría provocado una pérdida fatal en las audiencias —al contrario de lo que sucedía a *Antena 3*, *La Razón*, *ABC* o *La Cope*, cuyas falsedades eran celebradas por la turba conservadora—. Así, utilizó un método muy conocido en medios de comunicación:

usar a un *malo malísimo* que difunda noticias falsas mientras el medio se mantiene, en apariencia, neutral —*Newtral*, que diría Ana Pastor—. Noticias que, claro está, estaban acordadas y formaban parte de la escaleta.

Ello permitía que, si ese *malo malísimo* era descubierto, como fue el caso de caso de Eduardo Inda, del que Antonio García Ferreras afirma en estos últimos audios que "le quiero como a un hermano", el mismo medio podía rectificar y quedar en apariencia libre de culpa. Que se trataba de un método lo demuestra el hecho de que Eduardo Inda no dejara jamás de acudir a los programas de *La Sexta*, aunque, como ya hemos podido comprobar, las falsedades que difundió quedaron contrastadas y eran conocidas por los máximos dirigentes de la cadena —Antonio García Ferreras y Mauricio Casals—. De lo contrario, ¿por qué permitir que un periodista difunda falsedades de forma reiterada sin cesar la colaboración con el mismo?

Por todo ello, la defensa al escándalo, tanto de Antonio García Ferreras como de Ana Pastor, ha girado en torno a esas rectificaciones, como si las mismas no formaran parte del método. Sin embargo, obvian varias cuestiones claves: 1) las rectificaciones no suelen tener la repercusión de las exclusivas; 2) rectificar una noticia falsa publicada con conocimiento de su falsedad no aminora ni la difusión de esta ni la culpa; y 3) las noticias falsas, incluso rectificadas, enturbiaron el ambiente, sobre todo, por su reiteración.

Y, según los audios, como mínimo había serias dudas al respecto de la credibilidad de la noticia en cuestión: "Esto es muy serio, yo voy con ello, pero esto es muy delicado y es demasiado burdo", le dijo Antonio García Ferreras a Eduardo Inda. Difundir algo "muy burdo" es, en el mejor de los casos, un incumplimiento flagrante en el contrato entre el comunicador y el espectador. Y, reitero: seguir contando con un periodista que difunde falsedades burdas de forma reiterada no es un error, es un método.

Una gran mafia mediática

Uno de los grandes problemas a los que se enfrenta España, y la mayoría de las democracias occidentales, es que este tipo de conductas no constituyen actuaciones aisladas, sino que reflejan un problema profundo y estructural. Solo hay que comprobar los participantes de la salvaje campaña mediática contra Podemos: medios de la importancia de *El País*, *El Mundo*, *Antena 3*, *Onda Cero*, *Cuatro Televisión*, *La Ser*, *Telecinco* o *La Sexta*; y comunicadores de la relevancia de Ana Rosa Quintana, Susanna Griso, Carlos Alsina, Joaquín Prats, Iñaki López, Cristina Pardo, Ana Pastor o Antonio García Ferreras.

Las evidencias sobre la existencia de una organización mediática al servicio del poder son interminables. Por ejemplo, en la noche del domingo 10 de julio, al analizar doce de los medios digitales más leídos en España, ocho no contenían referencia alguna al escándalo de Ferreras —*El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *El Confidencial*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia*, *20 Minutos* y *El Periódico de Catalunya*—, tres informaban de forma marginal o secundaria —*El País*, *Eldiario.es* e *Infolibre*— y el último —*Público*— ofrecía una cobertura adecuada, pero en posición postergada en la portada.

Por ello, millones de ciudadanos no saben lo que sucede. Y no es una cuestión menor, pues el conocimiento es esencial para la subsistencia de las democracias, para su propia salud.

Por desgracia, las democracias occidentales han sido devaluadas, torcidas y degeneradas por las élites hasta el punto de explicar la célebre frase de Winston Churchill —que nunca llegó a pronunciar— sobre la ignorancia del votante medio: "el mejor argumento contra la democracia es una conversación de cinco minutos con el votante medio". Un votante medio que es ignorante, ante todo, por el engaño mediático. Por el engaño de Ferreras y tantos otros.

El temor a la mafia mediática

Pero el votante medio no solo es engañado por la gran mafia mediática, sino que también padece de la calculada equidistancia de periodistas y políticos atemorizados. Un miedo que, hoy, acongoja a casi toda la izquierda española, política o periodística.

Por ejemplo, Yolanda Díaz, el gran referente actual, ha callado durante días y cuando ha hablado ha omitido el nombre de Ferreras en sus críticas, tal y como ha hecho el diario *Infolibre* en el título de su artículo sobre el escándalo —que, además, lo ha situado en posición secundaria en la portada—. Un mensaje duro, el de Yolanda Díaz, pero medido, en el que ha primado la generalización. Mejor, en cualquier caso, que Iñigo Errejón, que no había hecho referencia alguna en el momento de la redacción de esta opinión.

Pero no solo hay temor, también hay lucro. Es una mezcla de ambas: Yolanda Díaz, Iñigo Errejón, *Eldiario.es* o *Infolibre* no solo dependen demasiado de la gran mafia mediática, sino que se benefician de ella. Un ejemplo de esta mezcla de temor y lucro lo encontramos en Antonio Maestre, que suele mostrarse directo y descarnado, pero que ha escogido una medida moderación para tratar este escándalo —un escándalo que afecta a su jefe—. De hecho, se trata de uno de los periodistas más favorecidos por Antonio García Ferreras. Maestre ha escrito una crónica en la que disuelve las críticas en 2.500 palabras dedicadas más al Grupo Prisa que al gran protagonista del escándalo, Antonio García Ferreras. Además, cuando llega la hora de emitir un juicio sobre el escándalo responsabiliza a *La Sexta*, como si fuera un ente con capacidad propia. Como en el caso de Yolanda Díaz, forzados a opinar al respecto por la presión mediática, el opinador fetiche de Ferreras y *Eldiario.es*, aliado estructural a su vez de Ferreras y *La Sexta*, lo han hecho con mucho retraso y escasa concreción. El objetivo: salvar la cara con la audiencia y mantener la buena relación con el gran capo informativo.

Una posición que contrasta con los dirigentes latinoamericanos progresistas, que han alzado la voz al respecto del escándalo: Gabriel Boric, Gustavo Petro, Andrés Manuel López Obrador y Alberto Fernández, presidentes de Chile, Colombia, México y Argentina han apoyado sin fisuras a Pablo Iglesias y han mostrado su estupor. De poco servirá, pues, como decía Hermann Keyserling, filósofo y científico alemán, «ninguna prueba, ninguna rectificación ni ningún desmentido puede anular el efecto de una publicidad bien hecha». Y la *publicidad* de los medios de comunicación españoles, y occidentales, de Ferreras, ha sido y es insuperable, sobre todo en la antidemocrática tarea, casi golpista, de destruir un partido político.

Actualidad RT

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/una-cadena-progre-un-malo