

EL RUMOR EN POLÍTICA: MANUAL DE URGENCIA

Marc Argemí

Hay rumores que divierten y rumores que destrozan. En determinados debates políticos, los rumores funcionan como artefactos de origen incierto, que circulan bajo radar (bajo la forma de off the record, como susurro en los pasillos o comentario en las cafeterías...), y que en un determinado momento pueden explotar causando efectos más o menos disruptivos. Estos rumores son como minas, trastos olvidados que alguien algún día –quizás uno mismo– dejó enterrados en cierto lugar, y que pueden accionarse incluso en el peor de los momentos, cuando la carrera hacia el poder llega al tramo decisivo. A veces es el enemigo (del propio partido) o el adversario (de otro partido) quien las coloca. Las más de las veces son las propias condiciones ambientales las que propician que surjan, con todo su efecto devastador.

¿Son ciertos los rumores? Muchas veces, el rumor se verá confirmado por la realidad: son lo que José María García llamaba “la antesala de la noticia”. Lo habitual es que tengan algo de verdad, bien en los datos o bien en la interpretación. O en ambas cosas. Pero también puede suceder lo contrario: que sean pura invención.

Sea como fuere, una convivencia más o menos pacífica con este fenómeno pasa por saber cuál es su hábitat natural, qué formas adopta y cómo se combate.

Pongamos, por ejemplo, uno de los hábitats por excelencia del rumor: la reputación del líder político. Imaginemos que fuera posible dibujar la reputación de cuatro coordenadas. El eje vertical lo compondrían las variables ámbito público-ámbito privado. En efecto el político es un personaje público, que puede ser observado en el Congreso, en los mítines, en los actos públicos y en sus apariciones en los medios. Al mismo tiempo, goza también de su pequeña parcela de privacidad, que es objeto de deseo de periodistas y de público general. Los rumores aparecen arriba y abajo con relativa facilidad. Hacia arriba (ámbito público), suelen ser interpretaciones ocultas a hechos públicos, cuya explicación oficial ha sido poco convincente: el político ha tomado una medida que no se ha entendido y el público fabula. Hacia abajo del eje (ámbito privado), suelen tratar de aspectos de la vida privada del político, como sus hábitos intelectuales, deportivos, culinarios o de recreo, su papel en el entorno familiar, sus creencias o sus relaciones

Marc Argemí es periodista y doctor en comunicación. Es socio-director de Sibilare. Escritor, autor de Rumors en guerra: desinformació, internet i periodisme. (@marcargemi)

sentimentales, empresariales o de amistad, más o menos inconfesables.

Las otras dos coordenadas –el eje horizontal– son pasado-futuro. El punto medio es el presente. Los rumores que rodean el pasado se mueven especialmente en el cuadrante inferior, es decir, son de la esfera privada del político. Con respecto al futuro, los rumores se sitúan, sobre todo, en el cuadrante superior derecho de este eje de coordenadas: es decir, tratan de aquello que hará el político en su carrera pública, o qué decisiones tomará. Lo que haga en el futuro con su vida privada, paradójicamente, sólo suele ser comentado como simple sospecha, pero no tiene mucha pervivencia ni incidencia real mientras no se tenga alguna prueba. En el presente, los rumores no se refieren a hechos particulares, sino a hábitos (este se droga, aquél otro llega tarde al trabajo, o siempre se fuma un puro cuando ve el Madrid...).

Estas coordenadas permiten situar el rumor en su punto exacto. Pero para afinar en el diagnóstico es necesario saber qué tipo de rumor tenemos delante. Y en política, las especies de rumor más frecuentes son tres: los rumores-noticia, los rumores-prejuicio y los rumores-pretexto.

Los **rumores-noticia** cubren una necesidad que las noticias no satisfacen. Si el político no informa, la gente fabula. Si el político comunica pero no hay quien lo crea, el público busca explicaciones alternativas. La falta de información fiable ante un suceso inesperado –por ejemplo, ante una catástrofe o un atentado– dispara la generación de rumores. Son, muchas veces, espontáneos, fruto de una búsqueda de sentido más o

menos documentada. Estos rumores merodean las redacciones con más atrevimiento y pueden acabar generando noticias en un muy corto espacio de tiempo. Requieren intervención rápida.

Los **rumores-prejuicio** son menos proclives a aparecer a la luz pública, pero, en cambio, resisten cualquier antídoto. Cuando el líder cae bien, se le suponen todas las bondades. Y al revés: la antipatía necesita de argumentos para ser reforzada. El tema del rumor es secundario, porque tan sólo cumple la función psicológica de justificar un odio o una adhesión. Quizás no pueda decir abiertamente que tal persona es un racista, pero sí que tal persona asegura que tiene una empleada del hogar sin papeles y mal pagada.

Los **rumores-pretexto** son los que tienen más conexión con la voluntad de alguien que está dispuesto a destruir la reputación. Se trata de rumores puramente instrumentales que son movidos o explotados por personas con objetivos que van más allá del líder político víctima del rumor. Son armas de mano para arrojar en un momento determinado, pero que no suelen tener como finalidad última desentrañar la verdad, ni tampoco justificar una antipatía personal: buscan destruir o retener poder. Quizás la víctima de tal rumor se convirtió en un obstáculo para el ascenso de ese difusor del rumor, que suele proceder de los rivales políticos dentro o fuera del propio partido.

Conocido el terreno y el tipo de rumor, ¿es posible hacer algo para atajarlos? Rumores siempre los habrá y no todos ellos tienen la capacidad de erosionar la reputación. Algunos, aunque falsos, son completamente inofensivos. Por otro lado, un cierto nivel de rumorología parece inevitable en el ámbito

de las personas famosas. No en vano la diosa clásica que personificaba al rumor se llamaba Fama.

Sea como fuere, se pueden distinguir tres grandes líneas de trabajo. La primera de ellas es la prevención. El cuadrante pasado-privado puede prepararse bien y cabe evaluar el riesgo de los aspectos de la vida pasada que pueden conformar la base de futuros rumores. El cuadrante futuro-público se puede preparar mediante una estrategia de comunicación que permita al público identificar un relato consistente en el tiempo y, en cierta manera, previsible. Que incluso cuando un político quiera ser sorprendente, lo sea de una manera coherente con el personaje.

Una segunda línea consiste en la maximización de los posibles beneficios que esconde cada rumor. El rumor político suele ser una manera indirecta de identificar grupos de público y preocupaciones predominantes. Dime qué rumor compartes y te diré quién eres. Para el líder político, el rumor circulante proporciona una información valiosa, que puede explotar en beneficio propio como forma de conocer las preocupaciones de la gente: en ocasiones el rumor dice indirectamente lo que algunos, en el fondo, piensan, pero que no se atreven a confesar abiertamente. Extraer rápido esta información permite incorporar el dato a las estrategias de comunicación en marcha, que pueden así atacar de raíz la preocupación subyacente en el rumor.

Por último, la minimización de riesgos: no hagas nada que contribuya a una extensión innecesaria del rumor nocivo. La acción reactiva, si la hay, debe circunscribirse a un público determinado (no a todos) y debe tener muy claro un fin en mente.

