



Censura, mentira y manipulación mediática. Unapunte historiográfico¹

Jaume GUILLAMET²

Resumen:

La manipulación mediática es un concepto reciente en el debate público sobre las malas prácticas informativas en los medios de comunicación y las redes sociales, pero dichas malas prácticas no son una novedad en la historia del periodismo, aunque hayan sido conocidas con otros nombres. En este artículo se realiza un apunte historiográfico sobre los antecedentes del concepto de manipulación mediática debido a Timsit (2002) y que con su atribución equívoca a Noam Chomsky ha adquirido una notoria celebridad en Internet y las redes sociales. Presentamos ejemplos de la relación de la manipulación mediática con algunos de los hechos que más han caracterizado las formas de control, desfiguración y manipulación política de la información por medio de la utilización de la censura y la mentira. Nuestra hipótesis es situar la aparición específica del concepto de manipulación mediática entre las consecuencias del cambio de ciclo histórico abierto a fines del siglo XX por efecto de la doble absorción del periodismo por la industria de la comunicación y por Internet.

Palabras clave:

Censura. Mentira. Manipulación mediática. Periodismo. Historiografía.

Censura, mentira e manipulação midiática. Uma nota historiográfica

Resumo:

Manipulação da mídia é um conceito recente no debate público sobre as más práticas de informação na mídia e redes sociais, mas estas más práticas não são novas na história do jornalismo, embora tenham sido conhecidas por outros nomes. Este artigo apresenta uma nota historiográfica sobre os antecedentes do conceito de manipulação da mídia devido à Timsit (2002) e que, com a sua atribuição equivocada a Noam Chomsky, adquiriu uma notória celebridade na Internet e redes sociais. Apresentamos exemplos da relação de manipulação da mídia com alguns dos fatos que mais marcaram as formas de controle, desfiguração e manipulação política da informação por meio do uso da censura e mentiras. Nossa hipótese é situar a aparição específica do conceito de manipulação da mídia entre as conseqüências da mudança de ciclo histórico aberto no final do século XX pelo efeito da dupla absorção do jornalismo pela indústria da comunicação e pela Internet.

Palavras chave:

Censura. Mentira. Manipulação mídiática. Jornalismo. Historiografia.

Censorship, lying and Media manipulation. An historiographical note

Abstract:

Media manipulation is a recent concept in the public debate about bad information practices in the media and social networks, but such bad practices are not a novelty in the history of journalism, although they have been known by other names. In this article a historiographical note is made about the antecedents of the concept of media manipulation due to Timsit (2002) and that with its equivocal attribution to Noam Chomsky it has acquired a notorious celebrity in Internet and the social networks. We present examples of the relationship of media manipulation with some of the facts that have most characterized the forms of control, disfigurement and

¹Este artículo desarrolla las ideas expuestas en el coloquio sobre “Historia y manipulación mediática” celebrado en el XI Encontro Nacional de Pesquisadores de História da Mídia, São Paulo, 8 de junio 2017.

²Catedrático de periodismo, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Correu electrònic: jaume.guillamet@upf.edu





political manipulation of information through the use of censorship and lying. Our hypothesis is that the specific appearance of the concept of media manipulation between the consequences of the change of the historical cycle opened at the end of the 20th century due to the double absorption of journalism by the communication industry and the Internet

Keywords:

Censorship. Lie. Media manipulation. Journalism. Historiography.

Introducción

El concepto de manipulación mediática ha conseguido una fuerte notoriedad a raíz de su falsa atribución al lingüista y politólogo estadounidense Noam Chomsky, a propósito de las llamadas “10 formas de manipulación mediática”, formuladas en realidad por el francés Sylvain Timsit (2002). Aun habiendo sido desmentida, esa presunta autoría sigue presente en las redes sociales, al inscribirse ese decálogo en el marco de la aportación doctrinal llevada a cabo por Chomsky (1988, 1999, 2002), en diversas obras sobre propaganda, opinión pública y fabricación del consenso, que ha sido presentada y analizada en lengua castellana por Pineda Cachero (2006).

El historiador del periodismo no puede permanecer indiferente ante la comprensible generalización de ese concepto y de las diez formas de manipulación³ con que se describen unas prácticas de los medios que han producido un malestar creciente por la indefensión en que dejan al público y la opinión. La cuestión planteada es cómo incorporar dichos concepto y prácticas en relación con el discurso historiográfico sobre el problema de la censura, la evolución de la libertad de prensa y el control político de los medios de comunicación. No es ajeno a dicha práctica manipuladora el concepto de las falsas noticias o *fakenews*, también en boga desde hace algún tiempo, que no abordamos en este artículo.

Vamos a plantear, a modo de ensayo, algunas ideas e hipótesis sobre malas prácticas históricas del periodismo que pueden considerarse como precedentes de la manipulación mediática, tomando como referencia algunas definiciones académicas del concepto manipulación y algunas proyecciones del mismo sobre las cuestiones recién indicadas, que ocupan una referencia central en la historia del periodismo. Careciendo de acepciones académicas sobre la “manipulación mediática”, que en Wikipedia se equipara a “desinformación”, la manipulación es definida por la Real Academia

³Las 10 formas de manipulación mediática formuladas por Timsit (2002) y falsamente atribuidas a Chomsky pueden resumirse en los siguientes principios: 1) Estrategia de la distracción; 2) Crear problemas y fingir proponer soluciones; 3) Gradualidad para acostumbrarse a noticias negativas; 4) Diferir una medida futura; 5) Dirigirse al público como si fueran niño; 6) Jerarquizar lo emocional sobre la reflexión; 7) Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad; 8) Hacer creer que ser vulgar e inculco está de moda; 9) Reforzar el sentimiento de auto culpabilidad; 10) Control del público a través del conocimiento obtenido de los modos de vida y consumo de los individuos; Resumen: ¿Ser o tener? Véase: <https://es.wikipedia.org/wiki/Manipulación_mediática_según_Noam_Chomsky#cite_note-1>.



Española en relación directa a diversos ámbitos, entre ellos, la información. Ésta define la “acción y efecto de manipular” como el hecho de “intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etcétera, con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares” (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2017).

Sobre la censura

Aunque la manipulación mediática sea un concepto de uso muy reciente, hay que acudir a la censura como su precedente más antiguo, que en los siglos XVII y XVIII es un elemento estructural del primer periodismo. La censura es una primera forma de manipulación del periodismo, en tanto que es una forma de ocultación de las noticias que no interesan al poder político de las monarquías y otras formas de estado del Antiguo Régimen, así como tampoco a los poderes religiosos de la Iglesia Católica y de las posteriores iglesias de la reforma protestante.

Aun cuando en el Antiguo Régimen la censura era considerada una “honesta disciplina” para asegurar la protección de “las buenas costumbres o de la verdadera religión”, TobiasPeucer - el monje alemán que es autor de la primera tesis doctoral sobre periodismo⁴ en la remota fecha de 1690 - no dejaba de prevenir a los primeros redactores de noticias ante la tentación de explicar “indiscriminadamente aquellas cosas de los príncipes que no quieren que se propalen”, ya que, añade, “es peligroso escribir sobre aquellos que pueden proscribirlo”. El resultado, en cualquier caso, podría redundar en detrimento de la verdad, ya sea por desconocimiento de las cosas del poder por serles ajenas o por el deseo de dar asentimiento a los deseos de los príncipes o, incluso, “por odio hacia los que gobiernan” (PEUCER, 1990, p. 41).

La censura, por tanto, es una forma primaria de intervención sobre el periodismo, que, afecta a la verdad de los hechos por medio de la amputación u omisión obligada de aspectos parciales de las noticias o de noticias enteras. Es la ocultación forzada de hechos y opiniones inconvenientes con la finalidad de ofrecer y proteger una versión oficial de los hechos e impedir la circulación de otras versiones emitidas con libertad. La elaboración y difusión de una versión oficial de los hechos contiene un

⁴La tesis doctoral de TobiasPeucer fue escrita en latín bajo el título *De relationibus novellis* (Sobre los relatos periodísticos) y defendida el 8 de marzo de 1690 en la Universidad de Leipzig. En ocasión del tercer centenario, fue traducida sucesivamente al catalán y al castellano en el número 3 de la revista *Periodística* de la Societat Catalana de Comunicació del Institut d'Estudis Catalans de Barcelona, 1990, y en el número 3 de la revista *Estudios del Mensaje Periodístico* de la Universidad Complutense de Madrid, 1996.

efecto añadido de distorsión de la verdad informada, difícil de conocer y distinguir en el periodismo antiguo pero documentada sobradamente en el periodismo oficial desde finales del siglo XIX. Una forma primitiva de manipulación.

En relación con tiempos anteriores, no hay que olvidar que la acepción genuina del término oficial proviene de los informes elaborados de oficio por los responsables de la administración pública, en especial los redactados y elevados a la superioridad por los jefes militares sobre los hechos de armas llevados a cabo por sus unidades. La credibilidad e interés de los primeros periódicos por dichas noticias oficiales no decrece una vez instaurada la libertad de prensa, como muestran distintas fuentes periodísticas. Este es el caso de los primeros diarios liberales de Barcelona, durante el Trienio Constitucional (1820-1823), cuya demanda por poder disponer de esas informaciones redactadas de oficio (GUILLAMET, 2003, p. 215-219), confirman una credibilidad ante la información oficial que se mantiene por lo menos hasta bien entrado el siglo XIX. A medida que se desarrolla el periodismo libre, la información oficial va perdiendo crédito e incorporando objetivos y elementos propagandísticos.

La desaparición de la censura sobre la que descansa el periodismo del Antiguo Régimen europeo, con sus formas de colonización y dominio del Nuevo Mundo, a medida que la Revolución Liberal implanta la libertad de prensa en las viejas y nuevas naciones, abre paso a formas de manipulación informativa que, en línea con las ya apuntadas anteriormente, engrosan un capítulo creciente de malas prácticas, cuya multiplicación y aumento de la gravedad, llevarán a su denuncia desde los medios profesionales del propio periodismo.

Dejando la implantación de la censura como un recurso ocasional, a menudo abusivo, de los gobiernos en situaciones de conflicto políticos y social, de crisis constitucional y de guerra, el periodismo liberal produce un aumento muy importante del caudal de noticias y del número de fuentes informativas, así como de periodistas y artículos de opinión. La distinción entre hechos y comentarios, formulada por Samuel Buckley, editor del primer diario británico – *Daily Courant* (1702-1735) – y aplicada de forma desigual en otras culturas periodísticas, contribuye a dar visos completos de veracidad y credibilidad a la publicación de noticias, dejando para los distintos géneros de comentario la difusión de opiniones de parte (SMITH, 1978, p. 159).

La ocultación, magnificación o desvalorización de noticias en la prensa política, en el sometimiento de la información a intereses comerciales, económicos y



gubernamentales, así como de la industria cultural, no han sido objeto de investigación suficiente, pero han quedado testimonios indirectos en obras célebres de la literatura como *Las ilusiones perdidas* (1843), de Honoré de Balzac, o *Bel Ami* (1885), de Guy de Maupassant. Los grandes cambios que la industrialización aporta al periodismo y las dictaduras totalitarias del primer tercio del siglo XX en Europa aportarán ejemplos de manipulación periodística de gran alcance, que prefiguran las formas de la manipulación mediática del presente.

Sobre la mentira

La explotación comercial de las sensaciones y emociones del público (sensacionalismo) que el periodismo industrial contemporáneo añade a las características genuinas de los periódicos para aumentar su venta a finales del siglo XIX, así como el crecimiento rápido de la audiencia de los medios audiovisuales que aparecen durante la primera mitad del siglo XX, contribuyen a un nuevo desarrollo de la manipulación política y comercial ya apuntada en décadas anteriores. El punto de inflexión de ese proceso es el uso intencional de la mentira, ya sea para modificación interesada de noticias o para su fabricación.

Las dos principales guerras del cambio de siglo ofrecen dos ejemplos principales: la Guerra de Cuba por la que Estados Unidos despoja a España de su colonia caribeña y la Guerra de los Boers, por la que Gran Bretaña se apodera de las minas de oro y diamantes hasta el momento en manos de colonos holandeses. De acuerdo con Schudson (1978, p. 61-76), hay “un momento importante del periodismo” en la protesta del corresponsal de guerra estadounidense Richard Harding Davis por la desfiguración intencionada de un reportaje sobre el registro de mujeres cubanas por parte del ejército español en un barco americano en febrero de 1897 en el *Journal* de William Randolph Hearst, el célebre Ciudadano Kane en su alegoría cinematográfica.

La cobertura entera del conflicto por este diario, con el momento central de la falsa atribución a España de la explosión del Maine, descrita con detalle por el biógrafo Nassaw (2005, p. 156-177), fue juzgada por Edwin Godkin en *Evening Post* como “una representación indebida de los hechos, invención deliberada de historias para excitar al público y temeridad desenfrenada en la composición de titulares [...] Es una vergüenza pública que los hombres puedan hacer tanto daño con el objeto de vender más periódicos” (PIZARROSO QUINTERO, 1994, p. 442-445). El lamento que este





veterano periodista, estrenado cuatro décadas antes como corresponsal de guerra en Crimea, cerca del pionero William H. Russell de *The Times*, podría aplicarse a la ola creciente de malas prácticas que ha culminado en el concepto hoy generalizado de manipulación mediática. Aunque el objetivo de la manipulación actual no es únicamente comercial, sino también y principalmente político.

Siguiendo a Schudson (1978), no habría que atribuir a todos los editores la ruptura del principio de fidelidad a los hechos practicada por Hearst, ni absolver a todos los periodistas de dichas prácticas, que Knightley (2000, p. 67-120) ha denunciado también en el caso de los improvisados corresponsales de los diarios populares británicos en Sudáfrica y otros. Fueron unos años en que los editores descubrieron que el reportero de las guerras hacían vender periódicos, con una mezcla indiscriminada de patriotismo, xenofobia, heroicidad y exotismo. Es en dicho contexto en el que hallamos una primera muestra de manipulación informativa gubernamental en forma de documento cinematográfico, nítido precedente de las *fakenews*. Se trata de un *fakeshot* o falso rodaje con actores llevado a cabo en un barrio de Londres, descrito por Knightley (2000, p. 78): un breve film mostrando un supuesto ataque boer contra un hospital de campaña de la Cruz Roja durante la cura de un soldado británico herido. Es inevitable el paralelismo de este caso con la fotografía de un cormorán manchado de petróleo, que resultó ser un montaje, como otras de las publicadas durante en la invasión de Kuwait por Irak en la conocida como primera guerra del Golfo en 1990 (ARIAS, 1991).

Censura y mentira se mezclan en la cobertura informativa de las grandes guerras del siglo XX, cuando los gobiernos y ejércitos de las partes contendientes no se conforman con la actuación de los organismos oficiales para el control de los periodistas y la dirección informativa de la guerra instaurados por primera vez con motivo de la Primera Guerra Mundial. Como resultado de un enorme esfuerzo en recursos humanos y materiales, que cuentan con la colaboración patriótica de editores y periodistas, los resultados alcanzados conducen a una situación que tiene graves efectos sobre la credibilidad que la prensa libre se había ganado entre el público desde el final del Antiguo Régimen. Es lo que desde el final de esta primera gran guerra se conoce con la expresión francesa del *bouillage de crâne* o lavado de cerebro de toda la población, al descubrirse después que la población de la retaguardia había ignorado las condiciones reales de los soldados en el frente, mientras que los pocos de éstos que sobrevivieron descubrían a su vez como se habían llegado a ignorar los extremados límites de su



esfuerzo y sacrificio.

Las situaciones de guerra civil son probablemente aquellas en las que la combinación de control, censura, manipulación y propaganda presentan una situación más compleja y exigen del público un mayor esfuerzo en discernir informaciones veraces y creíbles. El caso de la Guerra Civil española es uno de los más estudiados, sobretodo en cuanto al papel de los corresponsales extranjeros, con una mezcla singular de informadores que han dejado testimonios históricos imprescindibles junto a un abundante periodismo partidista a favor de uno u otro bando y potentes narraciones literarias, en la que Knightley (2000, p. 207-236) ha llamado la última guerra ideológica del periodismo y Preston (2007) ha destacado la participación de un grupo notable de “idealistas bajo las balas”.

Sin esos testimonios periodísticos, apenas habría trascendido el verdadero alcance de hechos como el bombardeo alemán de Guernica (George Steer en *The Times* y *The New York Times*), la carnicería de la toma de Badajoz por los franquistas (Mario Néves en *Diário de Lisboa* y Jay Allen en *The Chicago Tribune*) o el terror rojo en Cataluña (Antoine de Saint Exupery en *L'Intransigeant de París*). El caso más notorio y de mayores consecuencias de manipulación y fabricación de falsas noticias corresponde al régimen nazi alemán de Adolf Hitler. El corresponsal radiofónico de la CBS estadounidenses William Shirer (2015) ha dejado testimonio de cómo se indujo a los principales diarios alemanes a la publicación de noticias sobre falsos tumultos y violencias en Viena y en Praga que permitieran justificar las anexiones sucesivas de Austria y de las zonas germano hablante de Checoslovaquia conocidas como Sudetes, en 1938.

Sobre la manipulación

Aunque la censura y el control de los medios de comunicación continúan vigentes en números países del mundo, sin que, en muchos de ellos, la existencia de elecciones por sufragio universal sea una línea roja que garantice la verdadera existencia de la libertad de prensa, las amenazas a la información veraz han crecido también en las democracias consolidadas. Es en ese marco que podemos situar históricamente la emergencia abierta y general del fenómeno de la manipulación mediática como un inesperado estadio superior de censura y control sobre la opinión pública llevada a cabo desde los propios medios y no sólo desde los poderes políticos y económicos.



Nuestra hipótesis es situar el concepto de manipulación mediática entre las consecuencias del cambio de ciclo histórico abierto a fines del siglo XX por efecto de la doble absorción del periodismo por la industria de la comunicación y por Internet (GUILLAMET, 2012, 2017). En el primer caso, el periodismo ha pasado a formar parte de una potente industria de la comunicación – financiada principalmente por la publicidad, y formada en dos etapas sucesivas de concentración económica de la prensa y de creación de grupos multimedia –, en la que se encuentra sometido a un proceso de despersonalización y eventual disolución estilística. En el segundo caso, el cierre del ciclo histórico de cinco siglos que va de Gutenberg a Internet (BRIGGS; BURKE, 2002) ha transformado la naturaleza de los medios con la completa superación de los principios tradicionales de tiempo, espacio y economía en cuanto a la periodicidad, la distribución y el pago, ya inaugurada por los medios audiovisuales y a la que trata de resistir en vano la prensa diaria. Una transformación con la que han desaparecido, salvo escasas excepciones, los editores individuales independientes característicos de la edad de oro de la prensa desde finales del siglo XIX, en favor de corporaciones de propiedad anónima con exclusiva finalidad de lucro.

La principal característica de esa industria de la comunicación – la mezcla sistemática de información, entretenimiento y espectáculo – y su sumisión a la hegemonía y objetivos de la publicidad por encima de los objetivos y principios genuinos del periodismo al servicio del interés público, como tendencias estructurales de la actividad, conllevan un desprecio por la calidad del periodismo y, consiguientemente, por la formación y la experiencia de los periodistas. Es bien cierto que la presencia de periodistas profesionales o accidentales se ha extendido a todo tipo de programas de entretenimiento y espectáculo, dando a toda la programación audiovisual un tono periodístico superficial que podría resumirse en una metáfora cotidiana de lo que entendemos como la disolución del periodismo en la industria de la comunicación: el periodismo es como el terrón de azúcar que endulza el sabor del café a costa de disolverse en el líquido.

La sumisión del periodismo a los objetivos comerciales de los medios se concreta en acciones que coinciden con algunas de las formas de manipulación mediática enunciadas por Timsit (2002) como dirigirse al público como si fuera niño, jerarquizar lo emocional sobre la reflexión y mantener al público en la ignorancia y la mediocridad. El propio periodismo ha desarrollado otras prácticas de manipulación



informativa que requieren ser consideradas por la gravedad de la perversión de sus normas y géneros informativos. Véanse la interpretación parcial de noticias, la mezcla de información y opinión, la construcción interesada de titulares que distorsionan el contenido de las noticias y la presentación al público como resultados de investigaciones periodísticas de datos y hechos provenientes de filtraciones y construcciones interesadas de parte, así como campañas mediáticas sistemáticas al servicio de objetivos comerciales y políticos.

Podría parecer que ese fenómeno manipulador sea exclusivo de los medios de comunicación propios de los países sujetos a una mayor polarización del pluralismo político e informativo. Se trataría los países de la Europa mediterránea – Francia, Italia, España y Portugal –, agrupados por Hallin y Mancini (2004) en el llamado modelo pluralista polarizado, frente al más genuino modelo liberal del Atlántico Norte caracterizado por la tradición angloamericana y el intermedio de modelo democrático corporativo del centro y norte de Europa. Los criterios utilizados de dichos autores para la formulación de esos modelos se basan en la relación entre la politización y presencia de la opinión en los medios con la antigüedad de la prensa y del régimen liberal, a la importancia de la comercialización y las tiradas y a la profesionalización del periodismo. Aun siendo discutibles algunos aspectos de su propuesta, contribuyen sin duda a la caracterización de las tendencias de comportamiento político de los medios en los países seleccionados y a su proyección a otros países, en la medida que compartan unas u otras características. El fenómeno de la manipulación mediática se extiende, sin embargo, mucho más allá de los medios de comunicación tradicionales y adquiere mayores dimensiones y potencialidades en los medios digitales y redes sociales en constante innovación. Hasta aquí nuestro apunte historiográfico.

Referencias

ARIAS, Juan. Las mentiras de la guerra. **El País**, Madrid, 5 marzo 1991. Disponible en: <https://elpais.com/diario/1991/03/05/internacional/668127612_850215.html>. Acceso en: 4 marzo 2018.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **A social history of the media**. From Gutenberg to Internet. Londres: Wiley, 2002.

CHOMSKY, Noam; S. HERMAN, Edward. **Los guardianes de la libertad**. [título original, en inglés, **Manufacturing consent: the political economy of the mass media**]. 1ª edición. Barcelona: Crítica, 1988.

CHOMSKY, Noam. **Libertad y Justicia**. Madrid: Movimiento Cultural Cristiano, 1999.

CHOMSKY, Noam. **La propaganda y la opinión pública**. 1ª edición. Barcelona: Crítica, 2002.

GUILLAMET, Jaume. **Els orígens de la premsa a Catalunya**. Catàleg de periòdics antics, 1641-1833. Barcelona: Arxiu Municipal, 2003.

GUILLAMET, Jaume. **Història del periodisme**. Notícies, periodistes i mitjans de comunicació. Barcelona: Aldea Global, 2003.

GUILLAMET, Jaume. La disolución del periodismo. In: CAMPOS FREIRE, Francisco. (Coord). **Comunicación y gobernanza en Europa**. Madrid: Editorial Universitas, 2012, p. 239-252.

GUILLAMET, Jaume. Crisis del periodismo y naturaleza de los medios. El final de un ciclo. **Revista Portuguesa de História da Comunicação**, Lisboa, n. 0 (zero), p. 108-120, enero 2017. Disponible en: <<http://revistahc.sopcom.pt/ficheiros/20170909-jg.pdf>>.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. **Comparing media systems: three models of media and politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. [Sistemas mediáticos comparados]. Barcelona: Hacer, 2007.

KNIGHTLEY, Phillip. **The first casualty**. The war correspondents as hero and myth-maker from the Crimea to Kosovo. Londres: Pron, 2000.

NASSAW, David. **Hearst**. Un magnate de la prensa. Barcelona: Tusquets, 2005.

PEUCER, Tobias. De relationibus novellis [Sobre els relats periodístics]. **Periodística**, 3. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 1990.

PEUCER, Tobias. De relationibus novellis [Sobre los relatos periodísticos]. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, Madrid, n. 3, p. 11-35, Servicio de Publicaciones Universidad Complutense de Madrid, 1996. Disponible en: <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9696110011A/13078>>.

PINEDA CACHERO, Antonio. El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento. **Ámbitos-Revista Andaluza de Comunicación**, Sevilla, n. 6, p. 191-210, 1º semestre de 2001. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800612>>.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (ed.). **Historia de la prensa**. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.

PRESTON, Paul. **Idealistas bajo las balas**. Corresponsales extranjeros en la guerra de España. Barcelona: Debate, 2007.



REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Manipular [verbete]. **Diccionario de la Lengua Española**, actualización de 2017. Disponible en: <<http://dle.rae.es/?id=OENHzSq>>. Acceso en: 4 marzo 2018.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news**. A social history of american newspapers. New York: Basic Books, 1978.

SHIRER, William. **Diario de Berlín, 1936-1941**. Barcelona: Debate, 2015.

SMITH, Anthony. The long road to objectivity and back again: the kinds of truth we get in journalism. En: BOYCE, G. y otros (Eds.): **Newspaper history from seventeenth century to the present days**. Londres: Constable, 1978, p. 153-171.

TIMSIT, Sylvain. **Stratégies de manipulation**, web syti.net., 2002. Disponible en: <<http://www.syti.net/Manipulations.html>>.

Submetido em: 03.04.2018

Aprovado em: 09.06.2018