

Comunicación y Desinformación en el contenido periodístico

Dra. Pastora Moreno Espinosa

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define la palabra «desinformación» como la información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines¹.

Este término, que tiene un origen soviético «dezinformatsia», nace al calor de los servicios secretos y se difunde por medio de los franceses.

La Enciclopedia Soviética explica la desinformación como la propagación de informaciones falsas para crear confusión en la opinión pública (1952), o como la difusión en los países burgueses de noticias engañosas o deformadas, utilizadas con profusión como medio de propaganda política a fin de crear confusión en la opinión pública.

Roland Jacquard ubica la «dezinformatsia» al finalizar la I Guerra Mundial. Según él es un concepto introducido en Francia por inmigrantes procedentes de la URSS, que narraron que la policía utilizaba esta palabra para denunciar acciones interiores o exteriores que intentaban obstaculizar la consolidación del nuevo régimen².

En todas estas definiciones que recogemos se manifiesta el vocablo desinformación en engaños conscientes con una intención manipulada.

En la presente ponencia partimos de la base de que las situaciones de desinformación surgen del medio-emisor o del periodista-intermediario y se comunican como un resultado acabado al receptor, en la mayoría de los casos a causa de

un mal cumplimiento de las normas lingüísticas o profesionales.

Teniendo en cuenta estos presupuestos, consideramos la desinformación como el hecho informativo que se genera de un incumplimiento de las normas profesionales o lingüísticas por parte de un periodista o emisor y que trae como consecuencia un producto informativo incorrecto dirigido a un receptor.

La palabra desinformación no tiene un uso frecuente en la prensa española, aunque hemos hallado el testimonio de la periodista Pilar Urbano en su columna «Hilo Directo» en el diario *El Mundo* del 26 de junio de 1990 que afirma: « La rosa socialista crece y florece en los climas de la desinformación, donde ni se leen periódicos...»³.

En este contexto desinformación significa falta de información exclusivamente. Y lo confirma la misma Pilar Urbano cuando más adelante escribe: «...Una zona de sufragio desilustrado y analfabeto, un submundo campero, donde Juan Guerra ni siquiera es noticia». Este último ejemplo confirma que sólo se refiere a la falta de información.

También hemos hallado el uso de la palabra desinformación con este mismo significado (falta de información) en la Conferencia Inaugural de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, cuando el ex-director general de la UNESCO, Amadou Mahtar M'Bow criticó la distancia que separa en el mundo «los 'superinformados' y los desinformados, al tiempo que se acusa de desequilibrio entre emisores y receptores de información. Si el desequilibrio -añade- entre producción y circulación de la información y los programas se encuentra en el interior de cada una de las grandes regiones del mundo e incluso en el interior de cada país, a nivel internacional son las regiones Norte/Sur las más afectadas»⁴.

También M'Bow dio como significado al término desinformación que nos ocupa el de información incompleta, ya que aludió a que «la comunicación es un poder que llega a ser un mal compartido tanto en el plano nacional como en el internacional. Cada país tiene sus excluidos o sus desheredados de la comunicación, que no participan más que excepcionalmente.

Por tanto, si desinformación es información incorrecta e incompleta a raíz del incumplimiento de las normas lingüísticas y profesionales, nos preocupa el buen uso del lenguaje en los medios de comunicación, preocupación que en general es reciente y que los manuales de estilo⁵ o Jornadas monográficas sobre el idioma en los medios han impulsado.

En la misma perspectiva Martínez Albertos subraya:

« El escribir bien no es algo que pudiera entenderse como un capricho cultural de corte elitista, sino que una correcta escritura de textos

periodísticos es, sobre todo, una garantía de respeto real de los periodistas a uno de los más importantes derechos políticos del ciudadano contemporáneo: el derecho a investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones»⁶.

«Desde el planteamiento de la Escuela Complutense -indica- estamos convencidos de que estos análisis sobre la forma de los mensajes periodísticos tienen una indudable repercusión de carácter político, es decir, desde la perspectiva concreta de cómo es garantizado el derecho de los ciudadanos a recibir libremente una información veraz»⁷.

Subyace en todo ello un debate que mantiene si es posible manipular textos y si la información es tal o merece honestamente ser considerada como tal. Incluso sería interesante dejar esta pregunta en el aire para el coloquio al final de esta ponencia; o en palabras de Luis Núñez Ladeveze, «¿Cuándo una información es sólo información y no propaganda, u opinión, o persuasión, o argucia, o interpretación, o chantaje, o libelo, o etc.?»⁸.

Responder a esta pregunta nos servirá para descubrir si el ciudadano ha sido informado o, en otro caso, desinformado.

Por su parte, Van Dijk se refiere a la manipulación, es decir, desinformación, como incorrección lingüística:

«El hecho de omitir circunstancias que puedan influir negativamente sobre la conclusión final, el no garantizar la validez general de una justificación, o el hecho de ser irrelevante debido a la ausencia de un refuerzo especial puede llevar a una estructura argumentativa incorrecta. Debido a la complejidad de muchos argumentos, en el contexto de la comunicación diaria no siempre resulta posible detectar esa incorrección, de manera que las demostraciones encaminadas a justificar una aseveración y que por lo tanto se emplean persuasivamente en un contexto activo, representan un instrumental frecuentemente empleado para la manipulación de conocimientos y opiniones de los hablantes»⁹.

Por tanto, el análisis lingüístico se manifiesta como el medio de detectar las causas que impiden el derecho a ser informado correctamente y que crean desinformación.

Desde el punto de vista lingüístico Lázaro Carreter plantea una solución que él denomina neutralización del idioma:

«Parece evidente que una comunicación que aspira a hacerse general, a ser accesible al mayor número posible de personas, debe tender a la

neutralización de su idioma, con vistas a que cualquiera pueda recibirlo como propio y sin sombras; sin las sombras que, para el profano, poseen las lenguas especiales»¹⁰.

Y todo ello se debe a que el lenguaje es objetivo, pero su uso no siempre. Es incuestionable que para que exista noticia es imprescindible cierta interpretación de la realidad. El lenguaje no es neutro, sino que puede ser fácilmente manipulado y aunque esa manipulación debe ser mínima, es inevitable en ocasiones. De todos modos, es siempre el rigor del periodista en el proceso informativo especialmente a través del contraste de versiones y de no dejarse llevar por ninguna línea ideológica -el que debe determinar fórmulas idóneas que eviten la desinformación el lector.

EL DISCURSO DESINFORMADOR

Como ejemplos más clarificadores del concepto clásico de desinformación en los medios de comunicación hallamos entre otros el «efecto agenda» en la «prensa del corazón» y el tratamiento sensacionalista de la violencia.

Las noticias de la «prensa del corazón», aunque a veces se contrasten, no resuelven el problema de la desinformación de los ciudadanos a consecuencia del «uso comercial» que se pueda hacer de la información o de la venta de «exclusivas».

Un análisis del «efecto agenda» en la «prensa del corazón» española permitiría comprobarlo: cómo portadas con declaraciones de «personajes» se suceden y cómo las mismas fuentes niegan la semana anterior lo que será en la semana siguiente una exclusiva pagada en esa o en otra revista.

Por ejemplo, Ana Obregón en la Revista *Hola* del 2 de diciembre de 1993 escribe una carta abierta a Antonia Dell'Atte en la que por primera vez reconoce la veracidad de la conversación entre Alessandro Lecquio y Antonia, emitida varias semanas antes en el programa de televisión, «La máquina de la verdad». Dice así la portada: «En una carta abierta a Antonia Dell'Atte Ana Obregón revela, al fin, la verdad sobre las conversaciones grabadas al Conde Lecquio»¹¹, mientras en su momento dijeron que se trataba de algo preparado.

En este caso la fuente miente. Es un ejemplo claro del concepto de desinformación.

Pero no sólo mienten las fuentes de la prensa del corazón. Revel se refería a la mentira como la primera verdad que mueve el mundo. El periodista estadounidense David Wise, en *The Politics of Lying* acusa a la Administración Nixon de elevar la mentira a la categoría de política.

Y los periódicos estadounidenses, tal como reprodujeron los corresponsales

españoles, hicieron uso de sus hemerotecas para poner en evidencia que el presidente de su país George Bush, mintió. Cuando aceptó su candidatura presidencial, hizo célebre su expresión de cómo se negaría a subir los impuestos cuando el Congreso le insistiera. «Yo les diré, leed mis labios, no habrá impuestos». A finales de junio de 1990, algunos diarios titularon, parodiando la frase: «Leed mis labios, he mentido»¹².

Contamos también con otro ejemplo recogido de los diarios sevillanos. Podemos considerar que estuvo revestido de un cierto halo de desinformación el denominado caso Cortijo en la prensa sevillana. Aparte de que los medios de comunicación utilizaron este tema para denunciar los concursos para el profesorado universitario, los diarios locales en su papel de catalizadores sociales debieron limitarse a transmitir el acontecer diario sin interpretar los hechos y mostrar una cierta parcialidad en contra de cualquier tipo de prensa considerada objetiva e independiente.

Es curioso que tanto *Diario 16* como *ABC* tuvieran un candidato al que defender a ultranza y sin embargo, aprobó el concurso oposición la otra aspirante, en una ciudad en la que con frecuencia se hace definitivo lo que publican estos periódicos. *Diario 16* el día 9 de marzo de 1993 en una crónica escribe:

«Cortijo está solo, de pie, cuando le solicitan que presente documentación adicional. Pide un minuto para ir a la secretaría del centro y vuelve cargado con dos bolsas de viaje repleta de libros, catálogos, documentos, memorias. 35 años de pintura resumida en quince kilos de catálogos. ¿Puede pesarse el arte? ¿Pueden examinarse los símbolos?. La comisión considera que sí»¹³.

Por su parte, la portada de *ABC* del mismo día recoge:

«Pese a su reconocido prestigio artístico y docente, el pintor Paco Cortijo ha necesitado interponer un recurso para ganar su primera batalla ante el tribunal encargado de juzgar si merece ocupar la plaza de profesor a la que opta en la Facultad de Bellas Artes de Sevilla. El recurso de Cortijo, que en la actualidad es profesor de la Complutense y quiere volver a ejercer la docencia en su ciudad natal, obligó ayer al tribunal a modificar sus criterios de puntuación y a suspender el primer ejercicio. Sin embargo, Cortijo ha vuelto a recurrir por entender que el tribunal, pese a su marcha atrás, no valora suficientemente y conforme a la ley el currículum de los aspirantes. El disparatado sistema de oposición ha puesto de relieve que, de haberse presentado, ni el mismísimo Pablo Picasso hubiese ganado la plaza a la que aspira ahora uno de los mayores talentos de la pintura sevillana de nuestro tiempo»¹⁴.

Estos ejemplos plantean una pregunta para quien se interese por el análisis de la información. ¿Cómo el resultado en la realidad puede ser diferente? ¿Es posible que el lector no recibiera buena información? En realidad, en este caso, quedó un poco distante la adecuación entre realidad y noticia. Tal vez si no hubo intención manipuladora, hubo información no exacta.

En otras ocasiones, determinada prensa puede tener un comportamiento deformador de la realidad.

Se puede tergiversar la realidad dando la impresión al lector de que tiene toda la información únicamente porque se recogen todos los detalles. Es el caso de la información sobre la violencia que muestra una parte que es obligado enseñar, pero también otra que es gratuita.

No obstante, teniendo en cuenta las afirmaciones de Miguel Rodrigo Alsina, «Las empresas periodísticas venden un producto que es la información. Dichas empresas saben que determinadas informaciones hacen que aumente notoriamente su audiencia y por consiguiente sus beneficios»¹⁵.

Viene a colación un dato importante:

« El viernes 17 de marzo de 1978: El *Corriere della Sera* imprimió 883.082 ejemplares con un aumento del 32% y vendió 738.594 ejemplares con un aumento del 38,8%. Aldo Moro había sido secuestrado la mañana anterior. (...) El miércoles 10 de mayo, el día después del día más trágico para la República, el *Corriere de la Sera* imprimió solamente 890.000 copias, (...) con un aumento de impresión del 42%. Vendió 825.673 ejemplares con un incremento del 56,6%»¹⁶.

Carlos Soria advirtió en las primeras Jornadas de Periodismo y Comunicación PRECO 93 en Sevilla:

«Una empresa informativa está para informar, no para desinformar. La desinformación aunque diera mucho dinero no es tarea de ninguna empresa informativa. Pero al mismo tiempo, de forma inseparablemente unida, una empresa informativa tiene que ganar dinero. No está para no ganar dinero. Pero tampoco está para ganarlo a cualquier precio: al precio de la desinformación o al precio de la falta de ética, que es desinformación dos veces»¹⁷.

A partir de los años ochenta había imágenes sobre accidentes o actos terroristas que antes se obviaban y que empezaron a aparecer con cuerpos destrozados haciendo innecesaria, si no en todas, sí en algunas ocasiones la presencia de esa información. Y el caso es que con métodos diversos para conseguir nuestros fines normalmente generamos discursos a través de una estrategia que haga presentables

nuestras ideas o intereses.

Para concluir, parece que la información sobre los hechos incluye necesariamente información sobre la violencia. No obstante, no debe ser presentada esa violencia de un modo sensacionalista, tratada especialmente por su valor violento, o incluida con una cierta prioridad morbosa por el gran elemento generador de desinformación que supone.

EN CONCLUSIÓN

En cualquier caso de desinformación, el enfoque moralista o deontológico debe venir respaldado por consideraciones lingüísticas o de otro tipo (sociológicas, jurídicas, etc.) que proporcionen criterios uniformes en la transmisión de información y prevengan contra posibles errores lingüísticos que puedan adulterar cualquier mensaje. El periodista tiene como instrumento el idioma. Por tanto, es su objetivo redactar las noticias al margen de cualquier tratamiento desinformativo que pueda enmascarar la realidad. Así proponemos como fórmula válida para actuar contra la desinformación el rigor del periodista en el proceso informativo especialmente en el contraste de versiones y evitando el sensacionalismo como modo de comercializar los hechos. Es la única vía de crear sociedades libres y personas informadas capaces de tomar decisiones apropiadas en diferentes aspectos de la vida.

NOTAS

- 1 *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*. Espasa-Calpe, Madrid. 1992.
- 2 JACQUARD, Roland (1988): *La desinformación: una manipulación del poder*. Madrid. Espasa-Calpe.
- 3 URBANO, Pilar: «La California que vota hogaza en *El Mundo*, 26 de junio de 1990.
- 4 MAHTAR M'BOW, Amadou (1989): *Información y comunicación en el mundo contemporáneo*. Cuadernos de Comunicación. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Sevilla.
- 5 La Agencia Efe fue la pionera en España en la publicación de su *Manual de Español Urgente*. Madrid. Cátedra. 1990. 7ª edición. Ha sido analizado por José Fernández Beaumont en *El lenguaje del periodismo moderno*. Madrid. SGEL. 1987.
- 6 MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1989), *El lenguaje periodístico*. Madrid. Paraninfo. p. 48.
- 7 *Ibid.* p. 26.
- 8 NUÑEZ LADEVEZE, Luis (1979): *El lenguaje de los «media». Introducción a una teoría de la actividad periodística*. Madrid. Pirámide. p. 54
- 9 VAN DIJK, Teun A. (1987): *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Barcelona. Paidós. p. 163.
- 10 LAZARO CARRETER, Fernando (1990): «El idioma del periodismo, ¿Lengua especial?» en *Asterisco Cultural*, Publicación de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, N. 2. p. 4

- 11 Revista *Hola* (2 de diciembre de 1993).
- 12 *El Sol*, 1 de julio de 1990.
- 13 *Diario 16*, 9 de marzo de 1993, p. 5.
- 14 *ABC*, 9 de marzo de 1993. Portada.
- 15 RODRIGO ALSINA, Miguel (1991): *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Ed. Icaria, Barcelona.
- 16 BARBIELLINI, G. (1984): «Responsabilidad de los medios informativos» (II). En Ministerio del Interior *Terrorismo y medios de comunicación social* (pp. 59-68). Madrid: Ministerio del Interior.
- 17 SORIA, Carlos: Conferencia pronunciada en las «I Jornadas de Periodismo y Comunicación. PRECO 93. Sevilla, 18 de junio de 1993.