

EN EL UMBRAL. IDEAS PARA UNA DEFINICIÓN FILOSÓFICA DEL PERIODISMO

Inmaculada Murcia Serrano
Universidad de Sevilla

Resumen

En la ponencia se intenta dilucidar la relación que el periodismo establece tanto con el concepto de apariencia como con el de realidad, adoptando para ello un punto de vista estrictamente filosófico. Revisando la historia de las ideas, encontramos en Hegel una propuesta de definición del arte que puede servir de marco general sobre el que formular una paralela definición de periodismo, que busca, no obstante, especificar lo que es propio y exclusivo de esta actividad.

En consonancia con la tesis hegeliana, defendemos que los *ítems* periodísticos también manifiestan lo sensible, y que lo hacen en una *apariciencia sensible* dotada esta vez por el periodista, que permite que su mostración esté elevada al rango de manifestación con pretensiones de veracidad. Lo que muestran los medios, como lo que muestra el arte, no se corresponde simplemente con el puro ser-ahí material de los hechos, sino con algo que ha sido mediado por el filtro “espiritual” sin dejar de ser por ello enteramente sensible.

Palabras clave

Periodismo, estética, arte, apariencia, lo sensible, lo verdadero, Hegel, Platón

1. El estado de la cuestión: la controversia entre *construcción* o *reflejo*

En los estudios de comunicación, la cuestión de si el periodista refleja o crea la realidad es una de las más asiduas y controvertidas. Se trata de un tema complejo porque en él se cuestiona uno de los términos más complicados de explicar filosóficamente: el de realidad, y, más aún, el de su relación con la apariencia. Sin embargo, el debate es en muchos casos erróneo de partida, porque tiende a polarizar las opiniones cuando, ni es posible una mimesis completa, ni tampoco es legítimo afirmar que el periodismo crea o construye, sin más, la realidad.

Sea como sea, se ha convertido ya un tópico de los estudios académicos sobre periodismo y de la teoría de la comunicación de los últimos veinte o veinticinco años, considerar que el periodismo forja o modela la realidad. En el debate entre creación o reflejo, la primera es, de hecho, la opinión más extendida. Leamos, por ejemplo, lo que se afirma en una de las muchas formulaciones recientes que podemos encontrar de una “teoría del periodismo”:

El Periodismo, al clasificar la realidad de modo interpretativo, crea una nueva realidad. La actualidad es una "invención" de los periodistas, que recrean los hechos para facilitar su conocimiento general. Así se puede decir que el hombre informado periodísticamente vive una realidad artificial, que no falsa, en cuanto es producto de la aplicación de una tabla de valores que distribuye la importancia de los hechos con el criterio subjetivo del medio. (Aguinaga, 2001: 252).

Fijémonos en algunas de las expresiones que se refieren en este párrafo: invención, recreación de los hechos, realidad artificial. Todas ellas forman parte de una amplia familia semántica, bien impuesta en el ámbito del periodismo, que tiende a hacer de él un discurso que parece sobrevolar los hechos sin apenas inmiscuirse en ellos; que construye, como si dijéramos, noticias sobre un fondo de realidad de cariz fantasmagórico y ontológicamente irrelevante. El párrafo es, por eso, discutible, aunque afirme también cosas que son verdad. Es discutible, no tanto porque ideológicamente se decante por una opción predispuesta a considerar, en la línea nietzscheana, que todo discurso es, en última instancia, invención, cuanto porque en él se utilizan términos que resultan muy complejos de explicar desde el punto de vista de la filosofía, al tiempo que se obvian las consecuencias que conlleva un uso u otro de sus posibles significados. En este párrafo se encuentra una buena representación: realidad, interpretación, invención, recreación, hechos, conocimiento general, realidad artificial, falsedad, etc.

Que esto sea lo asentado académicamente no elimina, sin embargo, el que dichos términos sí hayan sido definidos y esclarecidos, en multitud de ocasiones, en la historia de la filosofía, desde la cual es posible encontrar algunas herramientas de clarificación conceptual que pueden arrojar luz sobre el problema que planteamos.

A lo anterior hay que añadir la inestimable penetración que ha logrado tener, en el periodismo académico, el llamado “giro lingüístico”, que ha divulgado la controvertida tesis de que no hay pensamiento sin lenguaje, proposición con la que se justifica la creencia de que un hecho y su descripción son una y la misma acción. En esta corriente,

que hunde sus raíces en la filosofía del ya citado Friedrich Nietzsche, las palabras poseen una naturaleza logomítica que implica su dimensión inevitablemente configuradora e imaginaria. Eso quiere decir que al “empalabrar” la «realidad», los sujetos no hacen sino imaginarla. Como ha puesto de manifiesto entre otros Albert Chillón:

al hablar, al decir, los sujetos inevitablemente ideamos; a saber, imaginamos la «realidad» que vivimos, observamos, evocamos o anticipamos; toda dicción humana es, siempre y en alguna medida y de manera variable, también ficción; que no es que uno de los modos posibles de la dicción sea la ficción – junto a la llamada «no ficción» y sus géneros, pongamos por caso–, sino que dicción y ficción son constitutivamente una y la misma cosa (Chillón, 2001: 36).

En el arco temporal que ya hemos mencionado, unos veinte años de distancia, habría que tener también en consideración -si queremos explicar la deriva pseudo-nihilista que exterioriza el periodismo académico de hoy-, un factor de carácter más bien ideológico o cultural, que resulta mucho más inasible pero no por ello menos influyente. Nos referimos a la suposición bien generalizada de que toda verdad no es más que ficción, lo que ampara la suposición subsidiaria, que suele ser además muy atractiva, de que a todas horas y desde todas las instancias nos están continuamente engañando. Tan atractiva es esa suspicacia ideológica que ha dado lugar a exitosos guiones de cine, como lo demuestran películas del tipo *Truman Show* o *Matrix*. En esta última, por ejemplo, se postula como argumento medular que la información ya no sale de la realidad, sino al revés, que la realidad es un producto de la información (Molinuevo, 2004). En un mundo sin sustancia, metafísicamente vacío, como el que buena parte de la cultura llamada posmoderna en la que han visto la luz cintas como ésta, quiso describir, pretender que el periodismo es capaz de reflejar, en algún grado apreciable, hechos pre-existentes resulta, sin duda, un sinsentido.

Hasta qué punto la expansión de esta ideología genuinamente posmoderna haya podido influir en la deriva nihilista de muchas de las aproximaciones académicas a la relación del periodismo con los hechos, como la que hemos incorporado a este texto más arriba, es algo difícil de valorar, pero no deberíamos desestimarla.

Aquí vamos a proponer, por eso, otra forma de entender la relación del periodismo con la realidad, que corrige el desasimiento progresivo de información y realidad; una propuesta que suaviza y relativiza la fuerza con la que ha irrumpido en el ámbito del periodismo el giro lingüístico y el desfondamiento metafísico posmoderno.

2. Algunas ideas filosóficas sobre la imitación de la realidad en el arte y en el periodismo.

Desde nuestro punto de vista, afirmar que los periodistas inventan o crean la realidad se antoja un sin sentido. Admitimos que, a veces, determinados medios o determinados informadores publican verdades *a medias* o sesgadas que pueden confundir a la opinión pública. Reconocemos también que, en determinadas y contadas ocasiones, la praxis periodística influye en el desencadenamiento del suceso aumentando su virulencia o *forzándolo a ser noticiable*. Por ejemplo, esto ocurre, con cierta frecuencia, cuando la presencia *in situ* de equipos de televisión provoca, especialmente en los casos de manifestaciones masivas, una agitación artificial que acrecienta la *noticiabilidad* de los hechos, lo que nos hace a veces creer que son más graves de lo que realmente son. A este respecto, existen, en el panorama audiovisual actual, un formato televisivo del género del *infotainment*, que está basado en la conexión en directo con distintos lugares, y que suele también provocar el curso de los acontecimientos. En este caso, el imperativo del directo, que constituye el ingrediente fundamental de este tipo de programas de información, obliga al periodista a contar lo que está pasando en el lugar en el que se ubica, no teniéndose en cuenta que, muchas veces, “lo que está pasando” carece de interés informativo; podemos decir que no cumple ninguno de los criterios de *noticiabilidad* que suelen manejarse en la profesión, por muy discutibles que a veces estos sean; “lo que está pasando” termina, sin embargo, siendo noticiable porque, en el lugar de los hechos, hay un periodista que va a informar en directo: digamos que *el-poder-ser-emitado-en-directo* es, en realidad, lo que convierte en noticia el acontecimiento, un criterio de la *noticiabilidad* verdaderamente discutible si lo comparamos con los que suelen utilizarse legítimamente en la práctica de esta profesión.

Así pues, dejando a un margen excepciones como estas, debemos reconocer que casos reales de periodistas que hayan inventado, literalmente, la información hay en realidad tan pocos que pueden contarse con los dedos de las manos. No parece, por tanto, demasiado legítimo afirmar que lo que hacen los periodistas es “crear” la realidad.

Podemos justificar que lo que los periodistas hacen no es inventar la realidad, sino representarla de alguna u otra manera, acudiendo a la historia del pensamiento filosófico y, más en particular, de la reflexión filosófica sobre la representación artística. Quede esclarecido de antemano, que esta justificación no querrá nunca decir, ni mucho menos justificar, que los periodistas son capaces de representar fielmente la realidad, es decir,

ser objetivos.

Acudiremos para ello a Platón y a Hegel, dos pesos pesados de la filosofía cuyas ideas, en algunos aspectos, suscitan aún más de un pensamiento.

Comencemos con Platón. Es un lugar común afirmar que, en su filosofía, el arte adquiere un estatus discutible precisamente en virtud de su carácter representativo o mimético. Como es bien sabido, en el último libro de la *República*, Platón expulsa a los poetas de la ciudad ideal argumentándose su expulsión a través de una serie de comparaciones entre la poesía y la pintura, una suerte de “ut pictura poesis”. El común denominador que permite la asimilación de una y otra actividad es justamente la mimesis o imitación.

Para Platón, de una forma u otra, las obras de arte imitan la realidad aparente, el flujo inconstante y mudable del mundo fenoménico que se contrapone al hiperuránico e inmutable de las ideas, el único que verdaderamente es. Refiriéndose al pintor, afirma el filósofo griego: “La pintura se encuentra alejada de lo verdadero y, al parecer, realiza tantas cosas por el hecho de que alcanza solamente un poco de cada una, y aun este poco es un simple fantasma.” (*Rep. X*, 597a-599c) Los hábiles usos de la perspectiva y la policromía son denunciados como impostura y fraude, como desvío malintencionado de lo que verdadera y auténticamente debería captar la atención. De ahí que su postura determine la expulsión de los artistas de la *res publica*:

El poeta imitativo se parece al pintor en esa su obra sin valor, comparada con la verdad, e igualmente en la confianza que demuestra hacia una parte del alma que no es ciertamente la mejor. Por tal motivo, no debemos darle entrada en una ciudad con buenas leyes, porque despierta y alimenta el vicio, y dándole fuerzas, destruye también el principio racional, no de otro modo que lo haría cualquier ciudadano que, revistiendo de autoridad a los malvados, traicionase a la ciudad y destruyese a los bien dotados. (*Rep.*, X, 602b-603d)

Detengamos ya la atención en cómo, de alguna manera, el periodismo también puede parecer, en un primer acercamiento, una actividad de carácter mimético, que duplica o reproduce los hechos en un discurso verbal, que viene acompañado o no por imágenes, y cuya finalidad consiste en darlos a conocer, una forma de entender esta actividad que permite asociar al periodista con el artista (al menos en este primer sentido emparejado con el concepto de imitación). La lección de Platón puede ser por eso valiosa: como de los artistas imitativos, también se espera de los periodistas que busquen la objetividad, la verdad, y, por eso, la condena platónica de los artificios retóricos —como la perspectiva o

la policromía (que podemos parangonar con el punto de vista particular y el sensacionalismo en el tratamiento de la información, entendiéndolo en un sentido muy amplio), resulta sugestiva para lo que planteamos. Platón no hace sino denunciar la creación artística de falsas apariencias que tan nefastas consecuencias cívicas puede tener. Lo mismo hacemos hoy cuando criticamos y denunciemos el amarillismo de la prensa, el falso objetivismo, la fraudulenta investigación periodística, etc. Después de leer a Platón, a nadie se le escapa que determinados formatos supuestamente periodísticos, que, como los artísticos, en principio pareciera que nos acercan a la realidad, que *nos la muestran tal y como es*, no hacen sino reproducir lo que hace más de veinticinco siglos denunciara el filósofo: hay, por ejemplo, reportajes de investigación, especialmente en televisión, que alardean de ir a las profundidades de los hechos, pero que lo que hacen, en realidad, es usar las armas tradicionales del arte para darlos a conocer de manera que lo importante sea atrapar la atención, haciendo creer al espectador que está presenciando la revelación de una verdad oculta y trascendental. Para ello se utilizan instrumentos meramente retóricos como el tono de la voz en *off*, que narra la secuencia de la investigación, o la música de fondo, que, sorprendentemente, acompaña muchas veces las informaciones. Y es que una combinación inteligente y no excesivamente descarada de los elementos retóricos de la información puede convertir un hecho, en principio, carente de importancia, en un verdadero impacto mediático. La sobredimensionalidad que adquieren los acontecimientos es tan perjudicial que, en efecto, sus artífices bien merecerían la expulsión de la vida cívica. Los ejemplos que podemos encontrar en la historia del periodismo, aquí sí, son innumerables. Hasta qué punto sigue en esto vigente la lección de Platón es por eso algo que no debería cuestionarse.

De la teoría platónica de la imitación artística podemos extraer, por tanto, una primera lección: pese a que parece el instrumento más razonable o, incluso, *natural*, de acercarse a los hechos, la mimesis practicada pretendidamente por los periodistas podría ser el instrumento más eficaz para la manipulación informativa, en tanto en cuanto determinadas herramientas estéticas usadas eficazmente adulterarían la información - presentada, en apariencia, como la mera duplicación de los hechos-, sin que apenas lo notásemos. De ahí, en última instancia, el carácter falaz e inmoral que, como creía Platón, ostenta el *mimêtes*.

Antes de extraer conclusiones de los párrafos anteriores, acerquémonos brevemente a los planteamientos que sobre la mimesis hiciera Hegel. Este pensador, tan alejado en el

tiempo a su predecesor griego, comentaba en sus *Lecciones de estética*, que la mimesis siempre era unilateral, pues sólo “puede producir para *un* sentido la apariencia de realidad”; que la mimesis, además, privaba al arte de libertad, pues, con este fin, se lo subordinaba y limitaba a imitar la naturaleza; que la imitación sólo servía para satisfacer el recuerdo, no el alma; y que, al convertir la imitación en el objetivo del arte, se le hacía a este parecer, decía Hegel en una muy gráfica metáfora, un gusano arrastrándose en pos de un elefante (Hegel, 1989: 36). En suma y con palabras del propio filósofo: “El fin del arte debe por tanto hallarse en algo distinto a la mera imitación formal de lo dado, la cual en ningún caso puede alumbrar más que *artimañas* técnicas, pero no *obras* de arte” (Hegel, 1989: 37).

Sobre estos otros planteamientos hegelianos, los periodistas tendrían también mucho que pensar. Propongamos algunas reflexiones: en efecto, puede que se haya rechazado la idea de que el periodismo reproduce los hechos porque se haya considerado que este ideal limita y hasta esclaviza al comunicador, que parece, según esta consideración, una suerte de máquina registradora reducida a acopiar y difundir los datos informativos, una merma de las dificultades de la profesión equivalente a esa *obra que no es obra de arte* y que se produciría cuando, como indica Hegel del artista imitador, el periodista se limita a copiar formalmente lo acontecido en la realidad.

En efecto, desde el propio ámbito profesional de la comunicación, se está criticando, por ejemplo, cómo parte de la prensa actual se ha entregado al “periodismo de rutina” que origina un exceso del, por su parte, llamado “periodismo de fuente” (interesada), reduciendo la labor de los periodistas a reproducir declaraciones y cubrir ruedas de prensa (De Pablos y Mateos, 2004: 341-365). En realidad, en esta autocrítica de los propios profesionales de la información, se establece una distinción ligera y discutible entre ser mero *reproductor de declaraciones interesadas* y *reproducir los hechos acontecidos*, dos cosas bien distintas, que, sin embargo, comparten un mismo rechazo por parte de los periodistas: lo primero, porque, efectivamente, casi no se necesita a un periodista para acometer la difusión de este tipo de declaraciones institucionales y de comunicados previamente formalizados; lo segundo, porque la idea de objetividad que lleva implícita la declaración de que el periodismo reproduce los hechos, se percibe por lo general como una vana pretensión que invita a desecharla de antemano.

Como hemos mencionado, Hegel critica a continuación la escasa potencialidad de la mimesis de enriquecer el “alma” y la enorme capacidad que, por el contrario, tiene de

satisfacer el recuerdo. Este es otro argumento que, sin tener por qué haber sido inspirado por este filósofo, ha podido influir también en que los periodistas renuncien a considerarse meros reproductores de los acontecimientos dados en la realidad.

Para una actividad que tan dependiente es de la actualidad o del presente, el que la mimesis sólo satisfaga la memoria debe percibirse, en efecto, como una suerte de incapacidad. Contra Hegel y contra los que así opinan, cabría, sin embargo, recordar el importantísimo papel que ostenta el periodismo en la conformación de los hechos históricos. Gratificar la memoria, *hacer historia*, es, de hecho, una de las razones por las que el periodismo constituye una actividad fundamental y necesaria para el ser humano, nunca suficientemente defendida, pensamos, en su integridad.

En último lugar, y, en efecto, como indica Hegel del arte, sustituir la vivencia del hecho por su mediatización artística o, en nuestro caso, informativa - que es lo que en última instancia haría el periodista entendido como *mimêtes*-, puede apreciarse como algo empobrecedor y, por eso, superfluo. Sin embargo, de nuevo contra Hegel y los que piensan como él, hemos de considerar que, si no fuera por esa merma de la experiencia directa, apenas conoceríamos nada de lo que ocurre en nuestro entorno. El periodismo, desde su posición vicaria, ofrece una de las pocas vías con que contamos para enterarnos, con cierta fiabilidad, de los hechos que acontecen, y hasta para facilitarnos un saber, aunque sea indirecto de nosotros mismos. Por mucho que sustituya el contacto directo y la vivencia personal, por mucho que esos saberes que proporciona se hagan desde la mediación y la distancia, el periodismo no debería considerarse un intento fallido de mostrar y dar explicación de lo que es y de lo que ocurre en el mundo.

En definitiva, si lo entendemos como duplicación, la profesión periodística se encuentra con el mismo inconveniente que el arte que pretende capturar las apariencias. En ambos casos y hablando en general, la mimesis resulta ambigua, pues, por un lado, puede, sin duda, dar a conocer –con sus limitaciones- la realidad, pero, por otro lado, en tanto duplicación, se presenta y se percibe como una suerte de engaño. Esta es posiblemente la lección más importante que la mimesis artística puede dar al periodista.

La constatación de los riesgos informativos que entraña la duplicación o la imitación explica por qué la creencia de que el periodismo refleja la realidad resulta bastante dudosa. Sin duda, es lógico que sea así; lo que no es lógico es que, para descartar esta opinión, se haya optado por defender la diametralmente contraria, la que defiende que el periodismo crea o modela la realidad, o la que justifica, por extensión, el gatuperio de

información y opinión que constituye ya una de las prácticas más extendidas en el periodismo de hoy.

Acabamos de abandonar el lado imitativo o reproductor de la información; no queremos caer en el extremo contrario; nos quedamos en medio. Entramos en el umbral.

3. En el umbral

Recordemos que el objetivo último de esta ponencia radica en ubicar la actividad periodística en el lugar que le corresponde en relación con la pareja apariencia/realidad, sin caer en el lado ingenuo del realismo mimético, pero también sin resbalar hacia su extremo contrario, hacia aquella posición desde la cual parece que el periodismo anduviese desasido, completamente, de la realidad. Para ello nos volveremos a apoyar en las ideas de Hegel. Leamos, para empezar, el siguiente párrafo de las *Lecciones de estética*:

De esto se sigue que lo sensible debe por supuesto darse en la obra de arte, pero sólo manifestarse como superficie y *apariencia* de lo sensible. En la obra de arte lo sensible, en comparación con el ser-ahí inmediato de las cosas naturales, es elevado a la mera *apariencia*, y la obra de arte se halla *a medio camino* entre la sensibilidad inmediata y el pensamiento ideal. *Todavía no* es pensamiento puro, pero, a pesar de su sensibilidad, *tampoco es ya* mero ser-ahí material, como las piedras, las plantas y la vida orgánica, sino que en la obra de arte lo sensible mismo es algo ideal pero que, no siendo lo ideal del pensamiento, al mismo tiempo se da exteriormente como cosa. (Hegel, 1989: 32)

Si cambiamos en esta cita la palabra “arte” por la palabra “periodismo”, tendremos una forma de entender esta profesión que sitúa sus productos precisamente a medio camino entre la realidad y la apariencia: en los *ítems* periodísticos, es decir, en las noticias, los reportajes, las entrevistas, etc., lo sensible, o sea, los hechos, la realidad, las palabras del protagonista, se manifiesta, no como mero ser-ahí material, sino como su apariencia sensible, un modo de mostración elevado con respecto a la propia realidad –al contrario, pues, de lo que nos advirtiera Platón sobre la mimesis-, por cuanto es producto de la acción humana. De ahí que Hegel se refiriera a ello como “ideal”, o, más exactamente, como lo que está a medio camino entre la sensibilidad inmediata y la idealidad pura. Lo que muestran los medios, como lo que muestra el arte, no se correspondería con el puro ser-ahí material de los hechos, sino con algo que ha sido mediado por el filtro “espiritual” sin dejar de ser por ello enteramente sensible.

Recaigamos en que la apariencia sensible propia del arte, y, para nosotros, también del periodismo, jamás se perfila como ficción, sino justamente como verdad, en tanto en cuanto permite la “manifestación sensible de la idea” (*das sinnliche Scheinen der Idee*). El arte no es, como en Platón, mera copia de la copia de la idea, es decir, una entidad degradada doblemente de la idea y por ello falsa, sino que constituye una forma más de pensamiento, y, por tanto, está en íntimo contacto con la verdad. Sólo que manifiesta esta verdad de forma sensible. Esto es lo propio del arte en la definición de Hegel. En su filosofía, el arte se sitúa más cerca del espíritu que de la naturaleza porque nace de él. Y viceversa: el espíritu se encuentra a sí mismo en los productos del arte. Así lo expresa Hegel:

Y así como la obra de arte, en lugar de expresar pensamientos y conceptos, representa el desarrollo del concepto a partir de él mismo, una enajenación hacia lo exterior, el espíritu posee no sólo el poder de sentirse a sí mismo bajo la forma que le es propia, que es la del pensamiento, sino también la de reconocerse como tal en su alienación bajo la forma del sentimiento y de la sensibilidad. (Hegel, 1997:28)

Por esta razón, la obra de arte, en la cual el pensamiento se enajena de sí mismo, forma parte del terreno intelectual. Y por esta razón también la historia del arte se configura, en la filosofía hegeliana, como una sucesión de *Weltanschauungen*, aunque lo haga de un modo aún limitado, carente de su desarrollo pleno en la forma del concepto (Vercellone, 2004: 39).

Hegel insiste en la dependencia que, frente a la religión y la filosofía, tiene el arte de lo sensible, pero esta dependencia exhibe un cariz especial. Recordemos a este respecto que el contacto puramente sensible con el dato inmediato constituye, para este filósofo, la aprehensión más imperfecta: por su inmediatez, piensa Hegel, resulta una comprensión sin espíritu; sólo si se despierta en el hombre la “conciencia sensible” (*sinnliche Gewissheit*), que es, por decirlo así, un paso más, accedemos a su contenido de verdad. Esta conciencia es la que se activa en nosotros cuando contemplamos una obra de arte, pero no cuando presenciamos la realidad. Se trata de una pre-conciencia, puesto que se supera en el pensamiento conceptual, pero ya no constituye el mero contacto sensible con la realidad, pues la realidad está en ella elevada a la apariencia. Precisamente por eso, esta pre-conciencia o conciencia sensible permite dejar de considerar como realidad las cosas inmediatas -podemos decir-, separarnos de ellas, y, justo por eso, acceder mejor a su verdad.

A diferencia de lo que hemos visto en Platón, el término “apariencia”, en la definición hegeliana, posee una significación positiva que indica la capacidad del arte de liberarnos de la inmediatez de lo sensible: “Comparándola con la apariencia de la existencia sensible inmediata... la apariencia del arte tiene la ventaja de que es una apariencia que se supera a sí misma e indica algo espiritual que debe aparecer a través de ella” (Hegel, 1989: 36).

Pues bien, si nos trasladamos al terreno de la comunicación periodística, podríamos decir que un periodista que simplemente se limitara a desplazarse al lugar de los hechos y a contemplarlos o vivenciarlos no sería un periodista. Su relación con ellos nos traspasaría el nivel del puro contacto sensorial, que, como hemos visto, constituye el modo más simple de acercarse a las cosas. Sólo sería periodista aquel que, a partir de ese contacto inicial e inmediato, construyera precisamente una *apariencia* de esos hechos, elevándolos al estatus de contenido “espiritualizado” y, con ello, y esto puede resultar controvertido, proporcionándoles verdad.

Esto explica por qué resulta, no ya decepcionante, sino incluso ridículo, el recreo de algunos periodistas en la inmediatez sensible: por ejemplo, el mojarse en las tormentas, el llenarse de fango o el intentar *contagiar* al espectador o al lector la vivencia que están experimentando en el lugar de los hechos. Pretender que los medios nos hagan *vivir* los acontecimientos con el mismo grado de cercanía y de intensidad con que los vive el periodista que los presencia es, en suma, un sinsentido que atenta contra la propia naturaleza de la información periodística. Lo mismo que decía Hegel para el arte sirve aquí para el periodismo, a saber, que “lo natural no debe ser la regla de la representación artística.” (Hegel, 1997: 45)

El periodista, pues, no *se embarra* en los hechos, sino que hace con ellos algo más importante: darles forma, hacerlos aparentes, en definitiva, mostrar su verdad.

Sigamos leyendo a Hegel: “La realidad auténtica sólo puede encontrarse más allá de la inmediatez de la sensación y de los objetos externos.” (Hegel, 1989: 11-12). Igualmente, cabe afirmar que los hechos que no son cubiertos por los periodistas no son verdaderos, aunque hayan existido. El carácter de verdad se lo dota su conversión “espiritual”, si queremos, consciente, racional, meditada, en apariencia sensible. Esto no quiere decir, recordemos, que el periodista los esté inventando; lo único que está haciendo es ahorrarlos en un discurso que los transforma de mero ser-ahí a hechos con un ser-para-sí; pero el origen de ese ser-para-sí en el que se transforma lo inmediato sensible es, no lo olvidemos, esa compleja entidad que no estamos dispuestos a olvidar: la realidad.

Entendemos, por tanto, la verdad periodística como la acción consciente y racional que ejerce el periodista sobre los datos sensibles para convertirlos en unidades informativas con sentido interno (y que pueden ser verbales, audiovisuales, etc.) Si queremos definir filosóficamente la naturaleza del ítem informativo, podríamos pues decir que no consiste, teóricamente hablando, en una simple copia de lo exterior, pero tampoco en la mera invención: los hechos –el material sensible- existen más allá del sujeto y son el punto de partida; pero los hechos son convertidos en unidades periodísticas verdaderas cuando el periodista construye a partir de ellos un discurso ordenado y completo, con principio y fin, como el arte según Hegel. Que la forma que se le dé a esos hechos sea una u otra es indiferente de cara a poner en duda su existencia. Pensar lo contrario sería lo mismo que decir que un mismo acontecimiento es distinto cuando se informa de él en prensa o en televisión. Un asesinato es un asesinato, se diga de forma más o menos directa, con imágenes o sin ellas, con declaraciones de testigos o sin ellos. Pero, precisamente, el *cómo* se diga –la apariencia sensible que se le otorgue- será lo que incremente o disminuya su verdad: cuantos más datos contrastados, cuantos más testigos, pongamos por caso, cuantas más imágenes de los hechos se muestren, más verdaderas serán las informaciones. La forma que el periodista confecciona partiendo de los hechos es, pues, la que les proporciona unidad y consistencia narrativas, y es asimismo la que los hace significativos y, por tanto, verdaderos.

Por eso, volviendo al falso dilema que planteábamos antes, no es equiparable el convertirse, periodísticamente hablando, en mero reproductor de declaraciones interesadas, y el acto, absolutamente necesario, de reproducir periodísticamente los hechos acontecidos. Reproducir significa aquí mucho más que copiar, transcribir o duplicar. Significa llevar a cabo estas acciones bajo el certero y consciente control de la razón, es decir, no como si de una máquina registradora se tratara, sino procurando que el resultado componga una unidad de sentido que eleve la inmediatez sensible a la forma significativa que se deriva de toda acción humana y, en términos hegelianos, “consciente” o “espiritual”.

4. Referencias bibliográficas

- Chillón, Albert (2001), “El `giro lingüístico´ en periodismo y su incidencia en la comunicación periodística”, *Cuadernos de información*, 14.
- De Aguinaga, Enrique (2001), "Hacia una teoría del periodismo", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7.

- De Pablos Coello, José Manuel y Mateos Martín, Concha: “Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV. Patologías y tabla de ‘medicación’ para recuperar la calidad en la prensa” (2004), *Ámbito*, 11-12.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1989), *Lecciones sobre la estética*, trad. Alfredo Brotóns Muñoz. Madrid: Akal.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1997), *Introducción a la estética*, trad. Ricardo Mazo. Barcelona: Península.
- Molinuevo, José Luis (2004), *Humanismo y nuevas tecnologías*. Madrid: Alianza.
- Vercellone, Federico (2004), *Estética del siglo XIX*, trad. Francisco Campillo. Madrid: Visor.