

R. 18469

6593

com

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



UNIVERSIDAD DE SEVILLA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
BIBLIOTECA

i18235463

# COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y DESARROLLO DE LAS REGIONES

## Actas del II Congreso Internacional

Salamanca, del 28 al 30 de noviembre de 1996

M.<sup>a</sup> Teresa Aubach Guiu (Coord.)  
María Rubio Lacoba (Ayte. de Coord.)



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA  
Salamanca, 2000

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA  
SEVILLA

CANJE

## EL PROBLEMA DE LA VERDAD EN LA INFORMACIÓN

MARÍA DEL MAR LLERA LLORENTE  
Universidad Pontificia de Salamanca

Las nuevas posibilidades tecnológicas abren un panorama inédito a la comunicación y por tanto al desarrollo de la humanidad. Los medios de masas tratan de adaptarse a una situación en la que las responsabilidades se diluyen, dada la complejidad del sistema. En este panorama surgen novedosas cuestiones gnoseológicas y éticas.

### 1. LA INTERROGACIÓN PRELIMINAR

El primer problema se refiere al qué y al cómo del conocimiento: ¿qué cabe conocer en este mundo tan al alcance y a la vez tan mediatizado? La respuesta menos complicada sería: la realidad. Para avalar esta constatación, gran parte de las empresas informativas pueden hoy permitirse el envío de sus reporteros al lugar de lo sucedido, y —de no ser así— pueden abonarse a agencias que trabajan *in situ*. Ahora bien, los críticos sabemos que las técnicas de trabajo de los profesionales no son tan inmediatas como cabe suponer<sup>1</sup>.

No voy aquí a explicar esas técnicas, simplemente subrayaré lo que me parece más importante: la información es inabarcable y por tanto no susceptible de un adecuado procesamiento. Esto se debe a que cada protagonista de los sucesos representa un nudo en la red de comunicaciones que cubre la sociedad mundial y que constituye su esencia. Si tenemos en cuenta que esa

1 Cfr. por ejemplo Luis Núñez Ladevéze: *Manual para periodistas. Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Ariel, Barcelona, 1991.

red no está dada, sino que se va haciendo en el permanente circuito de retroalimentación que vincula sus partes y la diferencia del entorno, vislumbraremos la complejidad del asunto<sup>2</sup>.

Desde esta perspectiva, los «objetos» de la información, no son tales objetos, son personas. En este sentido, el periodismo no debe ser «objetivo», sino «subjetivo»: conocedor de los sujetos que son «objeto» de la información.

Lo que más interesa a los periodistas de tales sujetos es su condición de actores en el juego social. Estos actores no poseen una realidad «objetiva», definida por sí misma, sino que su modo de ser viene dado por el papel que desempeñan dentro del sistema llamado «sociedad». Pero sucede que en todo sistema la comunicación no es *una* actividad entre otras, sino *la* actividad más propiamente constitutiva. En otras palabras: la comunicación constituye ese plexo de elementos dinámicamente interrelacionados al que denominamos justamente «sistema». Y precisamente por esto, el trabajo de los comunicadores no resulta extrínseco a la realidad comunicada, sino que la hace ser.

Con esto no pretendemos la apología de ningún inmanentismo, sino el reconocimiento de la naturaleza propia de la sociedad y de la comunicación, cuya consecuencia más inmediata es la redefinición del trabajo periodístico y de sus metas. Si aquello sobre lo que versa la actividad comunicativa no existe con independencia de tal actividad, la información no debe aspirar a ninguna verdad «objetiva». ¿Significa esto que no hay verdad o que la verdad es puramente subjetiva? De ninguna manera. Existe la verdad y su naturaleza no es subjetiva en el sentido que la filosofía moderna ha dado al término.

Mi tesis es que la verdad del conocimiento es práxica, no como sostenía Marx, sino como sostuvo Aristóteles: como realización del propio *telos*<sup>3</sup>. Desde esta posición, alcanzar la verdad no significa practicar una técnica mediante la cual se logra la aprehensión intelectual de un contenido. Significa más bien constituirse como miembro activo de un sistema que se define por la comunicación de cada uno consigo mismo (autoconciencia) y con los demás (conocimiento de la alteridad).

Esta afirmación llevaría al relativismo si no se profundizara en el significado de la praxis como plenitud de la libertad a través de la autodeterminación del propio ser; y no se entendiera que éste impone sus propias exigencias, independientemente de toda voluntad arbitraria<sup>4</sup>.

2 Cfr. Niklas Luhmann: *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Surkamp, Frankfurt a. M., 1984.

3 Cfr. Aristóteles: *Ética a Nicómaco*. Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1970.

4 Cfr. Martin Heidegger: *Sein und Zeit*. En *Gesamtausgabe*, Bd. II, Vittorio Klostermann, Frankfurt a. M., 1986.

Puesto que la hondura filosófica de estos conceptos desborda los límites de mi exposición, en lugar de proseguir este análisis lo ilustraré con algunos hechos concretos.

## 2. DATOS DE LA EXPERIENCIA

Durante mi primera visita a Herzegovina en julio de 1995 tuve ocasión de visitar la unidad española de cascos azules instalada a pocos kilómetros de Mostar, junto a la población de Medjugorje. El comandante Gutiérrez, que me recibió, estuvo respondiendo a mis preguntas sobre el desarrollo de la guerra. *En el transcurso del encuentro pude comprobar que su versión era completamente diferente de la que poseíamos quienes conocíamos los hechos a través de los medios de comunicación. Con esto no pretendo decir que él tuviera la versión «verdadera», en tanto más directa. No pienso que fuera así.*

El comandante no podía poseer «la verdad» porque razonaba dentro de una lógica particular: la del ejército. Y para un ejército que se encuentra en el campo de batalla, no existen las tragedias; todo lo que sucede forma parte de la «normalidad» de su ministerio.

Para los periodistas que trabajan en nuestra «sociedad del espectáculo» al contrario: nada debe parecer normal, pues ha de integrarse en un *show* y ello requiere imprescindibles ingredientes. Es preciso seleccionar los datos más provocadores, aun aislándolos de su contexto, agudizar tensiones, crear una *narración con enredos, conflictos y suspenses*. Es preciso, en definitiva, *construir la noticia*<sup>5</sup>.

Aquel comandante sabía de la guerra —sobre todo— no lo que había visto directamente, sino lo que le había sido transmitido a través de sus canales internos, destinados no sólo a su *información*, sino también a su formación militar. El marco interpretativo donde un funcionario del ejército emplaça sus conocimientos se encuentra institucionalizado, es rígido y prácticamente unilateral.

Los periodistas, en cambio, manejan un abanico mucho más flexible de fuentes. Su mayor capacidad de movimientos les permite recorrer casi toda la geografía de los hechos, y su mayor independencia valorativa les permite escoger con más libertad entre las distintas versiones la que les resulte más «verdadera» (o más «interesante»: más afín a sus intereses, por nobles que sean).

Ahora bien, tanto en su experiencia directa de los acontecimientos como en su labor interpretativa, los periodistas hacen uso de claves no exentas de error, y sobre todo, no objetivas.

5 Cfr. Miquel Rodrigo Alsina: *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989.

Puesto que la hondura filosófica de estos conceptos desborda los límites de mi exposición, en lugar de proseguir este análisis lo ilustraré con algunos hechos concretos.

## 2. DATOS DE LA EXPERIENCIA

Durante mi primera visita a Herzegovina en julio de 1995 tuve ocasión de visitar la unidad española de cascos azules instalada a pocos kilómetros de Mostar, junto a la población de Medjugorje. El comandante Gutiérrez, que me recibió, estuvo respondiendo a mis preguntas sobre el desarrollo de la guerra. En el transcurso del encuentro pude comprobar que su versión era completamente diferente de la que poseíamos quienes conocíamos los hechos a través de los medios de comunicación. Con esto no pretendo decir que él tuviera la versión «verdadera», en tanto más directa. No pienso que fuera así.

El comandante no podía poseer «la verdad» porque razonaba dentro de una lógica particular: la del ejército. Y para un ejército que se encuentra en el campo de batalla, no existen las tragedias; todo lo que sucede forma parte de la «normalidad» de su ministerio.

Para los periodistas que trabajan en nuestra «sociedad del espectáculo» al contrario: nada debe parecer normal, pues ha de integrarse en un *show* y ello requiere imprescindibles ingredientes. Es preciso seleccionar los datos más provocadores, aun aislándolos de su contexto, agudizar tensiones, crear una narración con enredos, conflictos y suspenses. Es preciso, en definitiva, *construir la noticia*<sup>5</sup>.

Aquel comandante sabía de la guerra —sobre todo— no lo que había visto directamente, sino lo que le había sido transmitido a través de sus canales internos, destinados no sólo a su información, sino también a su formación militar. El marco interpretativo donde un funcionario del ejército emplaça sus conocimientos se encuentra institucionalizado, es rígido y prácticamente unilateral.

Los periodistas, en cambio, manejan un abanico mucho más flexible de fuentes. Su mayor capacidad de movimientos les permite recorrer casi toda la geografía de los hechos, y su mayor independencia valorativa les permite escoger con más libertad entre las distintas versiones la que les resulte más «verdadera» (o más «interesante»: más afín a sus intereses, por nobles que sean).

Ahora bien, tanto en su experiencia directa de los acontecimientos como en su labor interpretativa, los periodistas hacen uso de claves no exentas de error, y sobre todo, no objetivas.

5 Cfr. Miquel Rodrigo Alsina: *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989.

Hace ya bastantes años que los epistemólogos negaron a las ciencias de la naturaleza la posibilidad de verificar sus enunciados, alegando que toda observación parte de unos presupuestos teóricos que son —por principio metodológico— extrínsecos a lo observado, y que los datos empíricos llevan la impronta de ese ineludible *a priori*<sup>6</sup>. Si esta mediación pesa sobre el conocimiento científico, poniendo entre paréntesis su objetividad, no menos pesa sobre el conocimiento que nos proporcionan los medios.

Podría entonces suponerse que la aproximación más directa a los hechos no viene de parte de los profesionales de la información, sino de sus protagonistas: en este caso los agresores y las víctimas de la guerra. Pues bien, la versión de los bosnios me pareció tan cuestionable y polivalente como las demás.

Aquellos con los que pude hablar manejaban una imagen de los hechos limitada tanto por sus intereses como por sus diferentes actuaciones en el litigio. En su mayoría, rehusaban la comunicación con los extranjeros, por temor al aislamiento. Deseaban ofrecer una perspectiva aceptable de la situación, diluyendo los tintes de tragedia. Por otra parte, poseían del conflicto una experiencia limitada al ámbito de sus relaciones vecinales o familiares. El panorama total lo conocían —como cualquier extranjero— a través de los medios de comunicación. La única diferencia era tal vez el mayor partidismo de sus fuentes de información.

Reflexionando además sobre la naturaleza de los eventos, llegué a la conclusión de que nadie podía ofrecerme la versión «verdadera», porque —como he argumentado al principio— la verdad no es un objeto delimitable, de modo análogo a como no es demilitable una guerra.

Todo fenómeno humano tiene la particularidad de existir sólo en tanto producto de las conciencias —y de los inconscientes— de quienes participan en él. Una guerra no es un hecho dado, es una confluencia de agresiones —primero mentales y verbales, luego materiales— signo de una relación conflictiva que cabe interpretar de distintas maneras: tantas como miembros la integran.

En este contexto, las fuentes de información del observador de la guerra son muy restringidas. Ni el contacto con los protagonistas, civiles o militares, ni el recorrido del mapa de los hechos ofrece un conocimiento fiable.

Cuando este verano de 1996 he podido visitar Sarajevo, finalmente abierta al público como triste espectáculo del mal, he vuelto a comprobar lo que digo: cuán difícilmente discernible es la información veraz. Aparte del marco interpretativo que yo poseía sobre el tema, a través de los medios de comu-

6 Cfr. Karl R. Popper: *Objective Knowledge*. Oxford Univ.Press, Oxford, 1989.

nicación y de las experiencias citadas, en el orden del conocimiento objetivo la visita no me proporcionó nada más. Sí me ofreció, en cambio, todas esas vivencias que a veces no se desea *contaminen* la información y que sin embargo tanto la enriquecen, como demuestra el nuevo estilo de redacción personalizada, hoy generalizado entre los corresponsales y enviados.

¿Qué cabe entonces concluir, qué nos indica todo esto? Principalmente que:

### 3. LA VERDAD NUNCA PUEDE SER «DICHA»

Ahora que el interés por la comunicación no verbal se encuentra tan desarrollado, he de señalar —con una expresión un tanto literaria, pero adecuada al caso— que la percepción directa de Sarajevo fue la de un bramido silencioso. Más allá del umbral de lo tolerable, mis sentidos y mi conciencia se bloquearon. Me asustó la insensibilidad con que recorría los lugares que tantas veces había visto fotografiados. Sólo la tranquilidad con que los propios ciudadanos de Sarajevo afrontaban el mismo espectáculo, apaciguaba mi conciencia. Entonces volví a la certeza de que el conocimiento directo no existe, y de que la verdad de lo cotidiano está siempre más allá del espectáculo de la comunicación.

Heidegger acuñó el término «sigética» para denominar el lenguaje silencioso que es capaz de respetar el ser de lo que hay, porque no osa nombrarlo<sup>7</sup>. Desde su perspectiva, el silencio de los encuentros carentes de correlato racional es lo mejor para acceder al ser de las cosas. La experiencia tanto poética como mística lo confirman.

Entre mis visitas a Bosnia conocí a una practicante de la meditación oriental, que intervino en una mesa redonda, tras un erudito profesor de filosofía y un dinámico publicista. Ninguno de los dos supo aportar lo que aportó esa persona «orante». Ella no quiso hablar ni bien ni mucho tiempo, pero estableció una profundísima comunicación con el público. Irradiaba verdad y por tanto belleza. La audiencia captó su mensaje porque de un modo u otro se identificó personalmente con ella: tuvo un encuentro, una comunicación interpersonal peculiar. No se basaba en palabras, pero yo diría que ni siquiera en gestos. Más allá de la expresión externa —verbal o gestual—, aquella persona traslucía un modo de ser tan definido que apenas requería signos para manifestarse. La simplicidad de su interior se traducía hacia afuera en una casi total ausencia de medios expresivos. El hecho de que con tan escasos medios se obtuviera un nivel tan elevado de comunicación era paradójicamente el más brillante medio que pudiera haberse escogido.

7 Cfr. Martin Heidegger: *Unterwegs zur Sprache*. en *Gesamtausgabe*, Bd. XII, Vittorio Klostermann, Frankfurt a. M., 1985.

La conclusión más inmediata que esta experiencia me sugiere en relación a nuestro tema es que los periodistas no pueden remitir a las autopistas de la información su tarea, porque la comunicación no es un asunto tecnológico: es un asunto humano<sup>8</sup>. Ni siquiera a nivel matemático —en los términos en que Shannon afrontó el tema<sup>9</sup>— la información es un objeto dado; en su naturaleza se encuentra implícito el conocimiento de quienes la procesan<sup>10</sup>. Por tanto, si incluso la matemática prohíbe la «objetivación» del contenido informativo, haciendo de él una realidad dependiente del sujeto procesador, con aún más motivo debe hacerse lo propio en los medios de comunicación.

Profundicemos, pues, en el último concepto apuntado, el del lenguaje silencioso.

Ya hemos indicado que Heidegger ha desarrollado sugerentes —también «silenciosas», no explícitas— intuiciones acerca del tema. En su obra *Unterwegs zur Sprache* («De camino al habla») emplea la metáfora del camino como instrumento para mostrar el papel que el recorrer —el tiempo— desempeña en la comunicación. La tecnología cree estar superando el problema del tiempo porque se aproxima a la simultaneidad entre el acontecimiento y la transmisión de lo acontecido. Pero aparte de que la simultaneidad es banal desde el punto de vista de la calidad de la información, dado que su máximo equivale a la eliminación de la actividad informativa (el suceder está siendo dicho a medida que está sucediendo y por tanto es el suceder mismo), su consecución no elimina el problema del tiempo. La razón de ello es que el tiempo de la comunicación no es un tiempo cronológico, sino subjetivo (o mejor, existencial).

La velocidad a que pasan las cosas es diferente para cada sujeto, ya que cada uno tiene su propio ritmo de integración del entorno en el curso de su existencia. Por eso las cosas no pasan en general, sino que le pasan a cada uno. (La información *massmediática* versa primordialmente sobre eso que le pasa a cada uno: es decir, sobre hechos humanos, no objetuales).

8 Cfr. Martin Heidegger: *Carta sobre el humanismo*. Taurus, Madrid, 1959.

9 Cfr. C. E. Shannon: *The mathematical Theory of Communication*. Univ. of Illinois Press, Urbana, 1980.

10 La cantidad de información de un ítem es la improbabilidad de que ese ítem aparezca en un determinado contexto. Para cada sujeto, ese contexto es su acervo de conocimientos. Cuanto mayor es ese acervo, menor es la probabilidad de cada ítem particular, y por tanto, mayor la cantidad de información que tal ítem aporta. Esto significa que la teoría de Shannon remite un concepto numérico a un concepto cualitativo: la cantidad de una información queda determinada por su calidad. Esto es, la cantidad aparece como un elemento cualitativamente contextualizado: no determinable en sí mismo, sino en función del sistema de conocimientos en el que se inserta.

La asimilación de la información no depende, pues, tanto de la rapidez de decodificación cuanto del compás de maduración personal. Comprender un suceso no es tanto registrar un dato, cuanto hacerse cargo de él, integrándolo de un modo no sólo teórico, sino vital, en la propia existencia.

La tecnología puede acelerar los procesos informativos en cuanto transmisión de impulsos de energía, pero no en cuanto integración de los datos que esos impulsos significan. Esa integración ha de acontecer en el curso de la realización personal, porque es justamente a través de él como se atribuye a la energía un significado.

El término «información» en cierta manera explica todo esto: quien se encuentra informado ha tomado una forma —un modo de ser— a tenor de los estímulos recibidos. En este sentido, la capacidad de procesar información es muy variable en cada individuo, depende de la edad y el temperamento, depende sobre todo del grado de plasticidad de cada uno. Esa plasticidad supone no sólo la condición de ser vulnerable a la información recibida, sino sobre todo de saber construirse con ella una personalidad adecuada.

Los medios de comunicación intuyen todo esto cuando no consideran obsoleta su oferta a pesar de los avances de la tecnología, que pone a disposición del usuario el máximo de información posible, pero que no le ofrece una pedagogía.

Frente a la pretendida neutralidad valorativa de los medios de antaño, destaca hoy la importancia de este «tutelaje» orientador en beneficio del consumidor informativo.

Considérese que la tutela no se dirige sólo a la selección de los ítems según criterios coherentes e intereses definidos, sino sobre todo al acompañamiento en el proceso de autorrealización o autocultivo que define al ser inteligente.

Llegamos, pues, aquí, al difícil concepto de «verdad práctica» que citábamos al principio. El hombre necesita conocer para alcanzar no tanto la verdad de las cosas, sino la verdad de sí mismo. En ese esfuerzo pide ayuda a los medios de comunicación. Éstos deben preocuparse menos por la cantidad que por la calidad de lo que transmiten, porque la meta hacia la que se dirige su actividad no es la mera acumulación de conocimiento, sino la construcción de las personas y las sociedades que ellas integran.

Si se reconocieran estos objetivos se correría ciertamente el riesgo del adoctrinamiento o de cualquier otra manipulación, pero se eliminaría la banalidad que hoy caracteriza a los medios. La banalidad es una forma más sutil de manipulación porque no es la imposición de ninguna verdad, sino la eliminación de la conciencia acerca de ella.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles: *Ética a Nicómaco*. Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1970.
- Martin Heidegger: *Carta sobre el humanismo*. Taurus, Madrid, 1959.
- Martin Heidegger: *Sein und Zeit*. En Gesamtausgabe, Bd. II, Vittorio Klostermann, Frankfurt a. M., 1986.
- Martin Heidegger: *Unterwegs zur Sprache*. en Gesamtausgabe, Bd.XII, Vittorio Klostermann, Frankfurt a.M., 1985.
- Niklas Luhmann: *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Surhkamp, Frankfurt a. M., 1984.
- Luis Núñez Ladevéze: *Manual para periodistas. Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Ariel, Barcelona, 1991.
- Karl R.Popper: *Objective Knowledge*. Oxford Univ.Press, Oxford, 1989.
- Miquel Rodrigo Alsina: *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989.
- C.E. Shannon: *The mathematical Theory of Communication*. Univ. of Illinois Press, Urbana, 1980.