

## EL TEMA DE LA INFORMACIÓN EN LAS PÁGINAS DE “VERBO”

POR

JUAN VALLET DE GOYTISOLO

Los amigos de la Ciudad Católica, Fundación Speiro, en nuestras Reuniones anuales y en nuestra revista VERBO, hemos tratado de los temas de mayor actualidad. Uno de ellos ha sido el de la *información*, que este año vuelve a ocuparnos como tema de nuestra XXXVIII Reunión.

Le pedí a LUIS MARÍA SANDOVAL, y él servicialmente me lo ha facilitado, que me sacase del ordenador ficha de todos los títulos aparecidos en VERBO en que aparece la palabra *información*. No voy a repetir esa relación pues, por lo larga que es, resultaría farragosa para el oyente.

Es de notar que, desde que comenzamos a ocuparnos de la *información*, los medios técnicos informativos han progresado mucho. De la prensa, la radio, los noticiarios cinematográficos y la televisión en blanco y negro, hasta la vía digital y el actual internet, la distancia es inmensa. Sin embargo los problemas de fondo son los mismos, aunque agravados por la creciente eficacia técnica de los medios.

Las primeras publicaciones acerca de este tema aparecen en los números 41 y 42 de VERBO, cuando —para simplificar los trámites de la censura, que entonces se exigía— aparecía, sin fecha, como colección de folletos. En ellos se recogen sendas comunicaciones al Congreso del Lausanne del año 1965, primero de los celebrados por el *Office International* en dicha ciudad suiza (el anterior había tenido lugar el año anterior en Sion, capital del Valais). Las dos comunicaciones son de inolvidables maestros

nuestros de quienes he aprendido mucho: MARCEL DE CORTE y GUSTAVE THIBON.

El profesor de filosofía de la Universidad de Lieja, MARCEL DE CORTE trató de *La información deformante*. De su comunicación conviene recordar y retener lo referente al cambio operado en la propia definición de la palabra información y al efecto deformante que implica para quien percibe la realidad a través de los denominados medios de comunicación.

«No creo exagerar —comenzaba DE CORTE— diciendo que "la información", limitada antes por LITTRÉ en sentido técnico a la simple adquisición de datos, tiende a significar, cada vez más, el conocimiento de los sucesos que ocurren en determinado campo de la actividad humana, desde el mero acontecimiento cotidiano a la religión, la ciencia, el arte, la política, etc.». ¡Fijémonos bien!, es el paso de la «simple adquisición de datos», al «conocimiento», en materias tan fundamentales como el arte, la ciencia, la política, la religión. El mismo DE CORTE lo explica: «La información propende a cubrir toda la extensión de cualquier rama del saber y aun de todo el conocimiento científico» ... «Información y saber se identifican cada vez más en el lenguaje del siglo XX». Se tiende a olvidar que el conocimiento debe fundarse, ante todo, en muchas cosas más importantes y anteriores a las noticias de las que nos informan los medios.

«Me encuentro muy inclinado a pensar» —sigue DE CORTE— «que la información en el sentido moderno de la palabra encuentra su origen» ... «en la mutación del medio social donde vive el hombre contemporáneo y en la progresiva socialización que quita al individuo su ser real y personal, otorgándole, en cambio, otro social y ficticio, en el que se evapora toda la auténtica sustancia humana». A su juicio, es un efecto de lo que AGUSTÍN COCHÍN denominó la *sociología del fenómeno democrático*. La democracia actual —que, advierte, nada tiene que ver con la democracia ateniense o con las democracias comunales de la Edad media, ni de democracia legítima descrita por Pío XII— deniega al ciudadano que resuelva los «problemas que conoce» y le concede «el derecho de desenmarañar problemas cuyos datos no conoce». En ella, sólo hay «el decorado democrático, detrás del

cual actúan las minorías dirigentes que han conquistado el gobierno» y «ocupan el puesto de mando, sea directamente o bien por testaferreros». Pero actúan «fingiendo que la democracia existe» y, de ese modo, gobiernan «convenciendo a los ciudadanos de que tienen el poder, cuando la facultad de decidir es sólo de una minoría».

«La sociología de este sistema», que combina así «el poder real de una minoría y el poder irreal de una mayoría, explica el fenómeno de la información y su acción deformadora».

En la democracia moderna «el Estado reina sin ser el resultado de ninguna fuerza social natural» —«familia, comunidad profesional, comunidades locales y regionales, patria pequeña o grande»—, está constituida «por el Estado y una "disociedad", por un Estado y una colectividad compuesta únicamente por individuos iguales y sustituibles». El lugar de la «sociedad orgánica» es ocupado por una «sociedad mecánica», la «sociedad individualista» de individuos aislados que componen la «sociedad de masas», donde «el individuo ve reducidas sus experiencias al corto radio de sus propias sensaciones».

Esa falta de experiencia personal vivida y social en comunidad, por vivir en «disociedad», se suple por la «información». Es decir, recibida «de informadores, que, en lugar del propio individuo, registran, recolectan, clasifican, expresan y difunden los hechos». Sin su labor «la sociedad de masas sería inferior a las sociedades de insectos, cuyos individuos disponen de poderosos instintos y son capaces de reaccionar inmediatamente». La información es «la prótesis artificial que suple la experiencia desaparecida, desvanecida junto con los pequeños grupos en que dicha experiencia se forma».

Ese hombre desarraigado, separado «del pasado y de las tradiciones que conservan las sociedades naturales y seminaturales», debe «apreciar la actualidad y las promesas o amenazas de un porvenir social ...». Y esta necesidad «ha creado el órdago»: los medios masivos de comunicación que «acompañan por todas partes la difusión universal de la sociedad de masas».

Es un hecho —observado por JACQUES ELLUL y por WALTER LIPPMAN, como advierte DE CORTE— que «la información es inse-

parable de la propaganda». Así se produce «la presentación de los hechos de acuerdo con la seducción que pueden ejercer» y se da preferencia «sobre todo al sentimiento, más que a la inteligencia». Se produce la «reelaboración» de las noticias para que «influyan» sobre el destinatario. Es una «manipulación de la noticia», que es «reforzada por la presentación: caracteres de la letra, si se trata de un periódico, tono en la radio, ángulo fotográfico o presentación insistente en la televisión».

Todavía considera DE CORTE «más grave» que «los informadores, ya sean particulares, ya sean funcionarios del Estado [sean portavoces de los partidos políticos, podemos añadir], están obligados a adaptarse a la psicología del informado, hombre de la sociedad de masas»: «persona de cultura deficiente, incapaz de controlar y criticar las informaciones que recibe» y que «conciernen a problemas tan complejos que el ciudadano común no puede resolverlos» y «queda a merced del informador». El informador siente «indefectiblemente la tentación de sustituir el pensamiento y la voluntad del informado. Y éste, un individuo de la sociedad de masas, «se siente más seguro» cuando recibe del informador la propuesta de solución de los problemas que él no es capaz de «afrentar por sí sólo».

«Todo el arte de gobernar se reduce, a fin de cuentas, a apoderarse del acontecimiento que permite ... emplear en su favor la opinión pública». Se trata de que «las masas proclamen lo que lo que se quiere hacer “El pueblo lo quiere”, repetido a diestra y siniestra por la minoría gobernante, tiene una especie de efecto mágico ...».

«Algunos técnicos de cine ingleses declararon ... que mediante una hábil disposición y fotografías bien tomadas podrían con facilidad dar de cualquiera la apariencia de loco. Una información empapada de propaganda que conozca todos los secretos puede invertir el sentido de cualquier hecho».

«La vulgarización se inclina siempre por lo más sencillo y lo más fácil, de modo que la relación del hecho altera el mismo hecho».

«... asistimos a una segunda colonización: la del alma; a una segunda industrialización: la del espíritu, efectuadas por vende-

dores de conocimientos, comerciantes de mercancías político-sociales, industriales de la cultura».

La información tiene sentido «cuando el lector juzga, siendo capaz de discernir lo verdadero de lo falso, la realidad de la ilusión». Pero, el hombre de la sociedad de masas no puede «discernir lo real de lo fingido». Incluso se puede ser «intelectual eminente o erudito sagaz y participar también de la sociedad de masas». Y como ocurre que, también, «la sociedad de masas desarrolla y consolida la información deformadora, nos encontramos metidos en un círculo vicioso del que la humanidad sólo podrá salir gracias a un milagro».

«La civilización contemporánea, tiende a sustituir por doquier imágenes en el lugar de la realidad, representaciones en lugar de cosas y personas ...». En ella «se difumina la diferencia entre la mentira y la verdad, a lo cual ayuda en el hombre medio que tiende a preferir el suceso falso al verdadero si el primero halaga sus aficiones o sus repulsiones. Lo mismo que la moneda falsa reemplaza a la buena, según la ley de Gresham, el mundo de la imagen priva sobre lo real».

A su vez, GUSTAVE THIBON, desarrolló el tema *La información contra la cultura*. La cultura, recordó de buen principio: «Implica no solamente el conocimiento del objeto, sino la participación vital del sujeto». He ahí —dice— la diferencia advertida por MONTAIGNE entre «cabeza llena y cabeza bien hecha».

Pues bien, el hombre sin cultura, aunque esté instruído, carece de un conjunto de conocimientos que le permitan situar y valorar los datos que le suministra de la información.

La información —dijo— «actúa en sentido inverso a las exigencias de la cultura», por las siguientes razones:

- 1.º «Por su *anonimato*. Se dirige a todo el mundo y a nadie, ignora el diálogo ...».
- 2.º «Por su *masa*: el número de las informaciones es tal que (...) que el espíritu es incapaz de asimilarlas y simplificarlas: al multiplicarse tienden a confundirse o a anularse unas a otras».

- 3.º «Por su *movilidad*. No sólo se nos da de comer demasiado, sino que no se nos da tiempo para digerirlo».
- 4.º «*Per la ausencia de selección y jerarquía entre los sucesos que transmite*».
- 5.º Porque obedece «a la *ley opuesta*» a la verdadera cultura, la «*de la mezcla*».
- 6.º Porque «*es el instrumento ideal de las potencias financieras y políticas que se sirven de ella*», con él pueden arruinar «*nuestra libertad interna*» ... «La propaganda es la más eficaz de las tiranías pues deja a sus víctimas la ilusión de la libertad: el martilleo publicitario sustituye la reflexión por el reflejo ...».

Sólo el filtro de la cultura puede salvar nuestra libertad.

\* \* \*

En las *Ilustraciones con recortes de periódicos* que confeccioné durante bastantes años, algunas veces se abordaron temas relacionados con la información. LUIS MARÍA SANDOVAL me ha facilitado tres fichas. Una es del número 121-122, enero-febrero 1974, en el que unos recortes llevan el subtítulo *La televisión y otros mass media*. La segunda es del número 195-196, mayo-junio 1984, en el cual sus *Ilustraciones con recortes de periódicos* se titulan: *El poder de los medios de comunicación de masas. La democracia y la subversión*. La tercera, ubicada en el número 217-218, julio-agosto-septiembre 1983, titula su epígrafe VI, *Los medios de comunicación de masas y la inculturación*.

En el 195-196 se recogen, entre otros recortes, del artículo de MAURICE FLOUX. *Sa magesté la télévision ou requiem pour l'intelligence*, publicado en *L'homme nouveau* 610, otros de HUGUES KÉRALY, *Les "media" dans la crise intellectuelle et morale*, aparecido en *Itinéraires* 178; de SALVADOR DE MADARIAGA, en *Destino* de 8 de diciembre 1973, de EUGENIO IONESCO, en ABC dominical del 4 de noviembre de 1973. Éste advertía en la televisión «cierta ten-

dencia a confundir ciencia ficción y ciencia humana, que pueda resultar muy perjudicial para ésta».

El primero señaló una de las causas que producen una ruptura del equilibrio entre la percepción sensorial y el juicio, es decir, con el razonamiento de la inteligencia: «La televisión es, ante todo, un fenómeno visual y auditivo. Los sentidos continuamente son reclamados, en ellos se registran los datos del mensaje. La inteligencia no es utilizada sino como una fuerza de apoyo, y, muy rápidamente, los automatismos (asociaciones, sugestiones...) le dispensan de desarrollar su actividad real. Se dirige así casi exclusivamente al dominio sensorial e imaginativo, la televisión no concede a la inteligencia sino un papel marginal: ésta permanece pasiva, soñolienta, inútil, en fin, o muy laxa ...».

KÉRALY, después de analizar el sentido de la palabra latina *meditum* y de la inglesa *mass*, advierte que «en la noción de *mass media* se halla implícita la idea de que los medios técnicos de comunicación social constituyen una *fuerza* capaz de *acelerar* el movimiento de alguna cosa en la conciencia colectiva: es decir, hablando claro, en el comportamiento intelectual y moral del grupo».

Por su parte, IONESCO comparaba lo que había aprendido con su propia experiencia personal, en su Rumania natal y en sus viajes, con lo que los intelectuales de izquierda publicaban en los medios de comunicación de los países capitalistas. Esta advertencia se enlaza con lo que podemos releer en las *Ilustraciones* de VERBO 195-196 donde los extractos son de *documentos del CIAC*, de un artículo de GILLO DORFLES, el de ANSÓN *La quinta pluma*, de GONZALO FERNÁNDEZ DE LA MORA, THOMAS MOLNAR y otros. De ellos quiero destacar dos aspectos, que pueden dar la clave de las denuncias de IONESCO.

En *La Quinta pluma* se lee: «A numerosos periodistas mal pagados en todos los países del Oeste, se les proporciona una fuente complementaria de ingresos a través de determinadas instituciones o de fáciles trabajos ocasionales. Se trata de habituarles a vivir por encima de su sueldo profesional para que se plieguen luego a las indicaciones de quien paga el complemento» ... «No pocos periodistas, sin embargo, consideran que lo principal no es el dinero, sino el éxito. A éstos se les filtran exclusivas rea-

les e informes reservados ciertos. Producido el éxito profesional, el periodista acudirá de forma espontánea a la fuente que se le ha proporcionado».

En otro artículo GONZALO FERNÁNDEZ DE LA MORA denunciaba que la «carga ideológica de nuestra televisión es cada vez más marxistizada». ANSÓN daba una clave «GRAMSCI ha derrotado a LENIN en la estrategia de la lucha revolucionaria a largo plazo» ... «No existe una sola parcela del mundo de la comunicación que no haya sufrido la infiltración subversiva sujeta a un plan minuciosamente elaborado». ¡Vale la pena releer por entero esos recortes de los que muy poco cito aquí!

En el número 217-218 recortamos de sendos artículos de ARTURO USLAR PIETRI y del P. J. L. MARTÍN DESCALZO en su última época. El primero evoca y glosa el pensamiento de MARSHALL MC LUHAN que había señalado «las inmensas consecuencias de todo tipo que los medios de comunicación habían comenzado a producir en la sociedad moderna, que iban transformando radicalmente en todos los aspectos» ... «Gentes de los cinco continentes conviven y participan de los valores y prejuicios de los personajes de algunas de las grandes series de T.V. transnacionales». El segundo, después de evocar unas palabras proféticas de KIERKEGAARD, terminaba con este párrafo: «Hemos pues aquí, reyes de lo superficial y de lo ácido, dirigiendo un mundo que desconocemos, contagiando a los humanos nuestro culto a lo raro, obligándoles a creer que el mundo abunda en hombres que muerden a sus perros, ayudándoles a levantar los puños contra el cielo que habría creado mal las cosas y consiguiendo que el hombre no vea jamás los ríos del amor y ternura que cruzan por el mundo».

El artículo, antes referido, que, en *Itinéraires* había leído de HUGUES KÉRALY, me movieron a invitarle a que en nuestra XIV Reunión que tuvo lugar en Santa Pola, Hotel "Rocas Blancas", los días 6, 7, 8 de diciembre de 1975, desarrollara un tema —al que él, por modestia, modificó el título por el de *Influjo en los hombres de los medios de comunicación social*—, que termina con un párrafo lapidario, que os invito a leerlo.

\* \* \*

En la XVII Reunión de amigos de la Ciudad Católica, celebrada en la Residencia de San Pedro Martir de Alcobendas, los días 8, 9 y 10 de diciembre de 1978, se desarrolló el tema *Armonía y dialéctica*, acerca del cual nuestro amigo mejicano, ENRIQUE MENDOZA DELGADO, trató de *Armonía y dialéctica en los medios de comunicación social*, publicado en VERBO 175-176 de mayo-junio 1979. De ella creo de interés recoger el siguiente análisis:

- a) En los medios dirigidos directamente por los grupos revolucionarios, «su objetivo es mantener la cohesión y espíritu de los militantes, atraer nuevos y proporcionar a los grandes medios, generalmente ansiosos de informar, material propandístico».
- b) Los medios que participan directa e intencionalmente en la subversión, en especial los grandes medios, asumen un papel fundamental, «porque tienen toda la apariencia de buena fe y objetividad». Estos «se valen para su propósito de las técnicas de información tendenciosa, ampliamente desarrolladas por los organismos de inteligencia aliados desde la segunda guerra mundial (MUCIELLI, ROGER, *La subversión*, Ed. C. L. C. París 1976, con abundante bibliografía).
- c) Los medios de difusión "neutros", que «difunden la acción de los grupos subversivos y los dan a conocer; y
- d) Los medios de comunicación contrarios a la subversión, «entre los que no faltan aquellos que, creyendo servir a su causa, exageran los hechos, se indignan y protestan violentamente contra la autoridad y sus fuerzas, provocando así un efecto no previsto, a saber, la certeza de la superioridad de fuerza, moral y organización de los grupos revolucionarios y de la impotencia de quienes los combaten, y esas imágenes son precisamente lo que los grupos subversivos tratan de producir ...».

\* \* \*

En VERBO 213-214, marzo-abril 1983, volvimos a recibir el magisterio de MARCEL DE CORTE, en su artículo *Información y sociedad contemporánea*, traducido de *Itinéraires*.

En él ordena en epígrafes lo que había expuesto dieciocho años antes en su comunicación de Lausanne. Me voy a limitar a transcribir los títulos de sus últimos epígrafes: «*Se presupone "el pueblo quiere" pero se fabrica su opinión... La desinformación por omisión. Creación de reflejos condicionados. Pérdida de todo sentido crítico. Se pierden los valores que servirían de punto de referencia... reemplazados por símbolos abstractos*».

«Hoy —dice— se fabrican, con una facilidad desconcertante, falsos acontecimientos, reputaciones, famas, todo un universo político y social de *apariencias*. No se habla de las cosas sino de sus imágenes impuestas por la publicidad y por la propaganda que se insertan en la información».

\* \* \*

Los días 29, 30 y 31 de octubre de 1983 tuvo lugar, en El Vedat de Torrente, nuestra XXII Reunión de amigos de la Ciudad Católica y, en ella, el Dr. RAFAEL ORTIN LÓPEZ en un foro versó acerca del tema *Los medios de comunicación y el fenómeno revolucionario*, que aparece en VERBO 225-226. En uno de sus apartados, se ocupó de una cuestión de la cual no habíamos tratado, *Los medios de comunicación y la sexualidad*. Me limitaré aquí a transcribir su último párrafo: «La emancipación sexual que estos medios propagan viene a provocar una regresión y una frustración en el campo de la sexualidad, fenómeno ya contrastado en otras naciones, y el peligro es tanto mayor cuanto más jóvenes son las víctimas, pues el objetivo es sustituir la moral, o, peor aún, anular las llamadas a la conciencia de la ley moral impresa en cada individuo. Prensa, radio y televisión a una presentan situaciones o interpretaciones de la vida falsas, apelando a casos extremos o generalizando sobre casos excepcionales, con lo que van sustituyendo el juicio crítico personal por las modas, costumbres o corrientes de opinión que contribuyen a la moderna masificación que es lo mismo que decir que provocan la idioti-

zación colectiva necesaria para el advenimiento de la gran tiranía universal».

\* \* \*

VERBO 269-270 de noviembre-diciembre 1988, publica el artículo *La información* de MARIO SORIA. Describe en él la situación mundial de los medios de comunicación donde el «arrollador influjo de Estados Unidos ha terminado imponiéndose», «como en casi todas las formas de vida». Su último párrafo merece ser releído:

«Al principio era el Verbo». Todo lo hizo Dios según el Verbo, y lo hizo bien, afirma San Juan en su evangelio. El papel de la palabra empleada por los medios de comunicación es, en cierta forma la antítesis del trabajo divino: también ellos conciben la palabra como instrumento moldeador de la realidad, pero como actúan sobre la naturaleza ya formada, la descrean, por así decirlo, la revierten poco a poco al caos de donde la sacó la mano suprema, o si no la pervierten sí pervierten el criterio de conocer las cosas y los hechos, así crean escépticos, para los cuales todo es igualmente bueno o malo, que sostienen que a nadie hay que prestar crédito, siendo inasequible la verdad ...».

\* \* \*

La XXIX Reunión de amigos de la Ciudad Católica tuvo su sede en *Las Masías de Poblet* los días 12, 13 y 14 de octubre de 1988. Su tema fue *La praxis democrática* y, con ella, ÁNGEL MAESTRO se ocupó de *Los medios de comunicación de masas en la democracia*, que aparece en VERBO 291-292.

En esta comunicación, advierte que hoy «surgen publicaciones pretendidamente apolíticas, que sólo hostilizan a una serie de enemigos que constituyen para ellas el cúmulo y la simbología de todo el mal: los sistemas conservadores, las dictaduras que no son marxistas-leninistas, el tradicionalismo en general. Bajo esta aureola progresista, el periodista actual sin etiquetar su pensamiento y su expresión al servicio de un partido o idea se mani-

fiesta como una persona que se encuentra por encima del bien y del mal: haría falta ser una persona muy equilibrada con gran formación, de la que está ayuno, normalmente, el periodista medio, persona de incultura generalmente manifiesta y cuyos conocimientos responden sólo a una serie de tópicos, para no situarse por encima del bien y del mal ...».

Con estas premisas —desarrolladas y explicadas con ejemplos—, concluye que los medios de comunicación, que «cada vez más son una fuerza dominante en el ejercicio del poder», la domina «una pequeña minoría que interpreta de forma inexorable del mito de la representación del pueblo. Aunque esto no se quiera reconocer, el régimen de todos los países, desarrollados o no, es oligárquico, y la lucha política es sólo lucha entre las distintas oligarquías, alegando cada una, para justificar sus aspiraciones al mando, que su título representativo es el de mejor calidad».

«Los medios informativos están dejando de ser un sistema de búsqueda y clasificación, para convertirse en un principio organizador de la sociedad civil y política».

\* \* \*

Las últimas fichas de artículos publicados en VERBO sobre la información son recientes: *Periodismo escandaloso y magisterio de la Iglesia* de LUIS MARÍA SANDOVAL, y *La verdad y los medios de comunicación*, de EUDALDO FORMENT.

El primero, publicado en el número 359-360 noviembre-diciembre 1997, pone unos ejemplos recientes de como el magisterio de la Iglesia se tergiversa por la prensa, incluso la más prestigiosa y conservadora.

El segundo, aparecido en el número 361-362, enero-febrero 1998, recoge el texto de la conferencia del año anterior, en el XXX Encuentro de Universitarios Católicos, dirigido por LYDIA JIMÉNEZ, pronunciada por el catedrático de metafísica de la Universidad de Barcelona, EUDALDO FORMENT con el título *La verdad y los medios de comunicación*. Su sumario es: 1. *La verdad*; 2. *La mentira*; 3. *El sentido común*; 4. *El agnosticismo*; 5. *La superficialidad*; 6. *La Iglesia y los medios de comunicación social*;

7. *El camino*; 8. *El diálogo*. A lo largo de la conferencia se analizan todas estas expresiones y se trata de señalar un modelo de comunicación de la verdad. Si los demás estudios que hemos repasado muestran lo que es la información confeccionada por los medios de comunicación de masas que padecemos, en cambio la conferencia de FORMENT trata de mostrar cómo debe ser la comunicación de la verdad según enseña la Iglesia. Espero que él mismo, en esta Reunión, nos ayudará a percatarnos de como debe ser la comunicación, para que, en la medida de nuestras fuerzas, cada uno de nosotros luche para contribuir a que así sea.