

El ser diseminado (Para una filosofía de la información periodística)

ANTONIO PARRA*

Resumen: La Prensa trata de presentarse en su hacer mediático como puro reflejo —en nada especular— de la realidad que comparece ahí, ante sus ojos. El par epistémico verdad-falsedad y otros pares gnoseológicos quedarían así superados frente a la pura objetividad que le sería propia. Naturalmente, ese sueño de un conocimiento más allá del bien y del mal suele derrumbarse en cuanto esa lógica de la información periodística se pone en marcha. Sin embargo, los periodistas tratan de bloquearse así ante cualquier ataque escéptico a su modo de 'decir verdad'.

Palabras clave: Información, verdad-falsedad, objetividad, hecho, realidad.

Abstract: The press attempts to present, itself as a purely non-speculative reflection of the reality which lies before it. The epistemological coupling truth/falsehood and others of that kind would thus be overcome when confronted by the sheer objectivity which should characterize it. Obviously, this dream of a knowledge beyond good and evil usually succumbs as soon as this journalistic logic is set in motion. Nevertheless, journalists try to defend themselves thus against any sceptical attack on their way of 'truth-telling'.

Key words: Information, truth-falsehood, objectivity, fact, reality.

I

«El 'mirar levantado', dado por Dios al hombre, le lleva a contemplar el cielo, que es decir lo que hay más arriba, más allá de la contingencia cotidiana». Así se expresaba hace cuarenta años Juan Beneyto¹, evocando unas palabras de Francisco de Vitoria. La veracidad propia de la información, con la que el informador supuestamente se compromete, no sería entonces más que un 'andar por casa' comparada con la estatura del Ser al que aspira la metafísica, con su verdad última e incontestable. Y si es verdad que «se ha perdido confianza [en la prensa] porque se ha perdido autoridad, porque falta la veracidad y porque domina la tendencia»², no es menos cierto, según este autor, que «precisamente por no mostrar las cosas como son en su proyección más compleja y última, el periodismo se encuentra en crisis de autoridad y de confianza»³.

Parecería así que no basta con lo que muestran los medios de comunicación para 'dar' al usuario toda la realidad, o la realidad última de aquello que mostrarían, tan 'sólo', en su apariencia. Y es

Fecha de recepción: 19 octubre 2000. Fecha de aceptación: 9 mayo 2001.

* Instituto de la Comunicación, Murcia (España). E-Mail: a_parra@inicia.es

1 Beneyto, J.: *Teoría y técnica de la opinión pública. Cinco estudios sobre opinión, tiempo y sociedad*. Madrid, 1960.

2 *Op. cit.*, p. 209.

3 *Ibidem*.

cierto que desde el lugar de la deontología profesional, o de la simple exigencia ética, cabría objetar —sin ni siquiera entrar por ahora en disquisiciones sobre geografías celestiales—, y frente a la pretensión de veracidad suficiente del periodismo en aquello que muestra, que no todo lo que presenta como veraz y como real responde al ejercicio de la sinceridad o de la autenticidad, no todo al momento normativo. Pongamos un ejemplo entre los miles que hoy podríamos elegir: los medios de comunicación, y en especial la televisión o ciertas revistas nos comunican la representación interesada de amores que resultan falsos, de vidas inventadas, o la teatralidad exhibicionista de programas vendidos como el día a día real de individuos que, sin embargo, se saben observados por millones de telespectadores y que, consecuentemente, se representan a sí mismos como creen que deben de hacerlo para dar una imagen más efectiva.

Bien, pues aun cuando así sea, el carácter ficcional de ese aparecer en los medios no le quita, desde el punto de vista epistemológico, ni un ápice de realidad a ese comparecer representacional. Por decirlo de forma directa: la falsedad (o como en el ejemplo puesto: la ficción), al menos en sentido informativo, no es menos real que la verdad. Desde un punto de vista filosófico estableceríamos diversos pares antónimos, a saber: Verdad/falsedad; verdad/mentira y verdad/ficción.

El primer par tendría que ver con los hechos que acaecen y por tanto concierne de lleno al mundo de la información periodística: el periodista —así lo suponemos— ofrecería a su público hechos veraces, previamente deslindados de los que, contando con sus medios y herramientas de constatación, considera falsos. El segundo par recorre el paisaje de las intenciones: decir mentira es dar fe de lo falso a sabiendas, por lo que afecta al periodista que acepta el imperativo ético. El informador —también lo suponemos— nunca trasladaría, sabiendo que lo es, una noticia falsa a sus lectores, oyentes o televidentes. El tercer par opone lo que es verdad a lo que se presenta con apariencia de verdad sin serlo, aunque en este caso el periodista, o cualquier persona, conoce de antemano que está ante una ficción. Ocurre cuando algo se presenta por otra cosa, o 'éste' por 'aquél' con carácter mimético o acentuando el parecido con lo que se intenta re-presentar a través de técnicas o trucos. Nos encontramos ahora, por ejemplo, en el ámbito de lo teatral, del entretenimiento, del espectáculo en general, donde el espectador no es engañado, sino que voluntariamente está dispuesto a 'creer' durante unas horas que aquel actor que declama en el escenario es 'realmente' Calígula.

Sin embargo este esquema se muestra inservible si intentamos aplicarlo al mundo de la información periodística. Para la lógica informativa la falsedad no es ni más ni menos tocable o intocable que la verdad. O no están en ningún lugar localizable del mundo o están ambas de la misma manera y con el mismo derecho a ser tenidas en cuenta por una teoría del conocimiento aplicada al periodismo. La falsedad —o recorriendo todo el esquema anterior: la mentira, lo ficticio, lo representacional, el engaño, lo no sincero— forma parte del conocimiento, su percepción por una mente o por unos sentidos humanos —al menos desde esta nueva *lógica* que pretendemos mostrar aquí— son también puro conocimiento. Lo opuesto a *verdadero* es sólo lo *no verdadero*, dado en el mismo lugar y al mismo tiempo; sólo estos conceptos se contradicen y se excluyen, y para darse uno de ellos ha de ser sacrificado el otro, pero no ocurre lo mismo con lo *verdadero* respecto de la ficción o del engaño, la mentira o la falsedad, pues en este caso no se trata de términos que consientan emparejamiento o sinonimia. La mentira, por ejemplo, puede *ser*, puede darse y *existir* independientemente de la existencia de la verdad. Ambas a la vez: o no pertenecen al mundo o forman parte del mundo con los mismos derechos epistemológicos. Naturalmente, no todo es veraz, pero para un periodista todo es verdad, porque con lo que el informador se compromete en primera instancia es con todo lo que acontece y comparece: el informador se asoma al mundo y encuentra en él, como hechos, como

realidad, la verdad y la falsedad, la mentira o la sinceridad, y automáticamente lleva lo que considera notable de entre todo eso a la categoría de verdad en sentido informativo.

Desde luego que todo lo anterior cambia si entramos en el ámbito deontológico o normativo y en la responsabilidad de ser veraz y de no transmitir informaciones falsas (o hechos no producidos o no contrastados suficientemente) adquirida por el informador ante su audiencia. Pero esto sería entrar en un territorio diferente del que se dirige por el momento este trabajo, además de que el periodista con lo que se compromete en primera instancia es con el traslado al usuario de un hecho realmente producido, al margen de que el emisor del mensaje esté utilizando éste como vehículo para intereses que van más allá del compromiso con la verdad. De lo que querríamos hablar ahora brevemente es de la naturaleza de un posible 'ser de verdad' referido al campo de la información periodística, del ámbito del conocimiento en el que habita el periodismo.

II

No sólo vamos a descartar de entrada a un ser teologal. Es necesario desterrar también de la 'patria' del periodismo al ser de la mayor parte de la metafísica, con la exclusión, acaso, del Aristóteles que no reniega de los muchos 'disfraces' mundanos del ser. Desde los fragmentos de Parménides hasta la ingenuidad figurativa del 'primer Wittgenstein', pasando a través de la escolástica y del racionalismo, (tras los cuales habría que colocar otro mojón que, en principio, quedaría excluido: la *metafísica* de Kant, su particular giro copernicano y crítico) el ser, con otras excepciones menores, se ha querido dar de una vez por todas, completo, anterior *a* y provocador o causa de todo.

Y aun cuando hacer ontología requiriera admitir a un ser como ente, que se da siendo, es decir, disperso en las 'apariencias', no separado de ellas, en realidad siempre nos fascinó 'lo más allá', las causas últimas, y no desesperábamos de encontrarlas, fuese más arriba de las estrellas, en las abstracciones de nuestra mente o en alguna materia originaria. Y puede que así sea, tal vez en algún lugar se da una causa de todo, pero, de cara a lo que aquí buscamos, el problema del ser así planteado ni siquiera nos parece un verdadero problema filosófico, de acuerdo ahora con los primeros filósofos analíticos. Dejaremos pues ese *pseudo-problema* como tarea de los incansables buscadores de tesoros ocultos.

Si aceptáramos algún tipo de esencialismo que fuese algo más que 'producción' humana (que ésta sea *buena* o *mala* en sentido normativo es por ahora indiferente), dejaríamos fuera del mundo buena parte de lo que es mundo. Es más, la realidad adelgazaría de tal manera que cabría en un campo de deportes. Por decirlo de otra manera: la realidad está hecha de mundanidad, que es un foso sin fondo de ruidos, de voces, de sucesos cuya falta de 'nobleza' ontológica o epistémica no evita que, con todo el derecho, reclamen para sí una epistemología o una hermenéutica. Sólo si aceptamos que lo que se nos aparece es sombra, apariencia (como en la caverna platónica) de alguna idea inmutable, de un ser de otro mundo, y si aceptando eso creemos que hemos de ir en pos de esa idea como única forma de *decir verdad*, sólo entonces, podríamos negarle al periodismo la pretensión de que su discurso es reflejo veraz —y no apariencia— de una parte del mundo.

Cuando Kant establece su propedéutica gnoseológica, las condiciones de posibilidad del conocimiento, está marcando un *limes* entre 'las cosas' de este mundo y aquéllas (la existencia, el Ser, no son de este mundo) que tal vez existan, pero que se instalan en el barbecho de lo otro, allí donde el conocimiento (como más tarde se dirá del lenguaje) ha de guardar silencio. Pero en Kant las cosas no serán sólo un constructo lógico-científico cuya condición de posibilidad se da en el lenguaje, sino que se nos aparecen, se nos presentan, son fenómeno. Que las conozcamos es función del sujeto,

pero no por ello podemos negar su turbia, difusa, borrosa, velada o simplemente inexplicada presencia. Nos topamos con las cosas, aunque todavía no las conozcamos.

No obstante, que el conocimiento no tenga nada que decir frente a nociones como 'Dios' 'alma' o 'moral' no quiere decir que lo moral no sea de este mundo. No sabremos nombrarlo, como tampoco sabremos señalarlo en un lugar ahí, no tendrán imagen, no serán *televisables*, pero sentimos que esas cosas *mueven* mundo, y ese mover produce realidad, es realidad. El ser esencial resulta intolerable para el conocimiento cuando ese ser se atribuye el derecho a todo conocimiento, y además desde una posición absoluta, o cuando ese ser responde a una escatología teológica. Ahora bien, de manera paradójica, y en sentido contrario, no por ello podemos excluir esos conceptos del territorio del conocimiento *empírico*, porque son cosas que producen mundo, realidad, hechos. No hay una imagen para esas cosas, pero sí una *narratividad* posible que ocupa un lugar en el mundo y, consecuentemente, en las páginas de un periódico, por ejemplo.

Dice Kant en los *Prolegomena* que el entendimiento no extrae sus leyes de la Naturaleza, sino que se las prescribe, lo que dará pie a Popper para reforzarse en su teoría de la falibilidad de las ciencias. Kant contestaba de la manera aquí evocada a la pregunta que le había provocado la teoría de Newton, pues para alguien que venía del escepticismo la Mecánica suponía una paradoja: ¿Cómo es posible el conocimiento? Popper⁴, más allá de Kant, afirma que «las teorías son algo que el entendimiento *intenta* imponer a la Naturaleza, algo que la Naturaleza a menudo no se deja imponer; son hipótesis creadas por nuestro entendimiento, pero —y esto en oposición a Kant— *hipótesis que no necesariamente tienen éxito*, algo que efectivamente intentamos imponer a la Naturaleza, pero que puede fracasar».

Popper extiende al dominio general de las ciencias la afirmación de Einstein acerca de las matemáticas: «En la medida en que los enunciados de la Matemática se refieren a la realidad, son inciertos; en la medida en que sean ciertos, no se refieren a la realidad»⁵. Parecería que Popper se sitúa contra la verdad como correspondencia, en una reedición de la crítica a la escolástica *adequatio intellecto et rei*. Sin embargo, lo que al filósofo de la ciencia vienés parece interesarle es la fundamentación de su teoría de la corroboración y falsación infinitas ('falibilismo') de unas teorías por otras como verdadera lógica científica, pues a renglón seguido no duda en añadir que, en su opinión: «sólo hay una teoría de la verdad que pueda ser realmente tomada en serio: *la teoría de la verdad como adecuación*, la teoría que afirma que un enunciado es verdadero si coincide con los hechos, con la realidad»⁶. De esta manera se distancia de los practicantes de lo que llama ideología anticientifista, entre los que se encuentra sin duda quien fuera su colaborador: P. K. Feyerabend y su dadaísmo metodológico.

Aun cuando en realidad una verdad como adecuación, según la teoría de Alfred Tarski, sólo puede ser mostrada construyendo un metalenguaje que apele a un así llamado lenguaje objeto (el que alude a los hechos), y de nuevo a otro metalenguaje que incluya al primero más al lenguaje objeto, no habría inconveniente en aceptar que la información periodística vive también de una verdad como adecuación. De hecho el periodismo no renuncia a conceptos epistemológicamente tan fuertes como 'objeto, objetividad, objetivo', o como 'hechos'. Si se preguntara a cualquier profesional de la información de qué se alimenta para su trabajo, respondería sin dudar que de los 'hechos', aunque no

4 Popper, K. R.: *Die beiden Grundprobleme der Erkenntnistheorie* (ed. cast. *Los dos problemas fundamentales de la epistemología*, Madrid, 1998, p. 22).

5 Einstein, A.: *Geometrie und Erfahrung*, (1921), pp. 3 ss.

6 *Op. cit.*, p. 28.

se haya detenido demasiado tiempo a meditar qué cosa es un hecho. Y si se insistiera y se le interrogara sobre cuál es el fundamento de su oficio contestaría que la 'objetividad'.

Sin embargo, el *ser de la prensa*, su verdad, se presenta como un ser diseminado que no sólo renuncia a reclamar para sí una posición absoluta, sino que tampoco pretende una teoría del ente ni, empíricamente, una correspondencia entre intelecto, lenguaje y realidad. El ser del periodismo es, por varias razones, un ser ilustrado —como veremos después— y que surge, al menos en parte, como la palabra del hombre frente al logos divino, pero —tal vez por ello— es también palabra que renuncia a la verdad como inherente al ser, a una verdad última o al menos absoluta. Por el contrario, el periodismo, bebe, en primer lugar, de un ser 'empobrecido' que se reparte en voces corales, o mejor, diversas y plurales... En segundo lugar, los 'hechos' del periodismo no se identifican con lo que *es* en sentido de *ser* verdad, bello o justo, sino con lo que aparece como hecho sin más, aunque no en un sentido ingenuamente realista ni tampoco como una ingenuidad romántica y estética, en el sentido de Schiller.

Resumiendo, nos encontramos en la siguiente posición:

- 1) por así decirlo, el periodismo, de un lado, se cree en 'posesión' del hecho, y de otro lado acepta como hechos todo lo que se da ante sus ojos, todo lo que es factible de narratividad mediática
- 2) Frente al 'primer Wittgenstein', que negaba la posibilidad de un decir acerca de lo perteneciente al ámbito de la moral, la estética o la metafísica, el periodismo sí tiene palabras para estos 'existentes', pues el periodismo no dice de esas realidades como si las dijera de sí mismo, sino que describe y narra el hecho incontestable de que se dan en otros, de que existen como inmanencia en otros, y que provocan una acción en el mundo al que mira el periodista. Y si esos 'existentes' no mueven montañas, bien que mueven gobiernos y estados, fronteras y muchedumbres, ocios y negocios.

El periodismo no es todo el mundo —aunque potencialmente esté interesado en todo lo que es mundo— pero crea mundo, añade mundo al mundo. De lo que habla es del mundo, y al hablar añade mundo, que a su vez, en la lógica de la acción mediática, provoca otros hablars en el mundo de los seres humanos, en el espacio dialógico, que de nuevo regresa envuelto en los juicios (o prejuicios) de la comunidad de hablantes y dialogantes, como nueva fuente de información, que los medios vuelven a transformar en mundo. Y así mientras el mundo sea mundo, sin un fin, sin un fondo, sin una meta, sin un sentido, sin un horizonte ético, que en todo caso vendrá más tarde.

La realidad a la que mira la prensa no es más que ese cúmulo de voces, ese tumulto de ruidos —en principio sin más sentido ni dirección conscientes— que están verdaderamente ahí afuera, aunque no siempre sean tangibles, para dar fe de ellos. Eso es todo. Naturalmente que, desde su filiación ilustrada, la institución Prensa responde originariamente a unos fines⁷. Como Voltaire quería, la única manera de luchar contra el poder injusto, contra la superstición, la injusticia o la infamia en cualquiera de sus rostros es la de abrir las ventanas de los gabinetes del poder, arrojar luz sobre ellos y hacer pública su dimensión. Esa era, precisamente, una de las tareas de la prensa, en parte la justificación de su necesidad. Resulta difícil separar el campo de la información de su anclaje moral y

7 Aunque rápidamente se desarrolló hacia una orientación empresarial, como puro negocio, como mostró Habermas en su *Strukturwandel der Öffentlichkeit Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (Edición castellana *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, 1994).

ético, pero aquí venimos intentándolo para limitarnos a los espacios estrictos de una teoría del conocimiento, aunque ello nos obligue a aceptar, pre-juiciosamente, que puede darse algún tipo de conocimiento en sentido amoral.

Y claro que la Prensa, en tanto que actividad pública, dirigida a los verdaderos titulares del derecho a la información, que son los usuarios de los medios, se ve obligada a rodearse (proporcionalmente a la presión que reciba del exterior —bien a través de esos usuarios, bien a través de representantes de intereses turbios y empeñados en adueñarse de los mensajes— o por la presión interna en la medida en que aparezca una 'conciencia' ética en el seno del mundo de la prensa) de criterios deontológicos; y, desde luego, además, su actividad se ve envuelta en los mismos prejuicios morales de los que participa cualquier otra actividad humana —incluida la ciencia—, los prejuicios que fundamentan el 'orden' de la sociedad en la que nace y se desarrolla. Pero aquí no se habla de ese *después* práctico, sino de la lógica formal epistémica de la que parte la información periodística. De lo que se trata es de que la prensa *describe*, en el sentido de sus enunciados, sucesos, tanto *imaginables* o *audibles* (es decir, con imagen o con enunciado proferido) como morales o *metafísicos*, que para ella son reales, pero no aplica —en una primera instancia— criterios deontológicos para elegir los hechos publicables, sino la constancia de que los fenómenos que registra son tales y se muestran en el mundo. Sólo más tarde, cuando crece la 'conciencia' interna, o cuando la comunidad usuaria presiona para influirle en un sentido u otro, entrará, con mayor o menor fuerza, a jugar un papel la deontología profesional. Y lo hará con menoscabo del *ser en estado puro* de la información, pues éste, en un primer movimiento, no admite barreras ni limitación alguna, ni siquiera allí donde las teorías del conocimiento contemporáneas marcan —*demarcan*— su límite, pues no hay error que refutar o falsar en el futuro, sino, si acaso, realidad que viene a ocupar el lugar que ocupó antes otra *realidad* contraria a la segunda. Y en la medida en que se vea afectada en mayor o menor medida por 'fuentes interesadas' estaremos más o menos próximos a un episodio de información o de simple desinformación⁸.

La prensa podría exigir, como hemos indicado más arriba, el derecho a que su actividad sea considerada como ejemplo de una verdad como adecuación, pero renunciando —aquí en el sentido de Popper— a cualquier esencialismo, pero también sin esperar, como en la lógica de la investigación científica popperiana, que ésa sea la única forma creíble de conocimiento.

Imaginemos, en este sentido, que el presidente del Gobierno de España asegura en rueda de prensa lo siguiente: «En tres meses acabaré con el paro». Para el informador ese enunciado no sólo es un hecho, no sólo es realidad objetiva, sino que es también verdad, verdadero de todo orden informativo, y como tal irá a constituir un titular de prensa, radio o televisión como un nuevo trozo de mundo o mundanidad, palabras que aquí utilizo indiferentemente, aunque en otro sentido tendrían para mí significaciones distintas, distinción en las que ahora no puedo detenerme, pues tampoco jugaría aquí un papel significativo.

Sin embargo, nunca se tomaría en cuenta en la comunidad científica, y en sus medios de expresión, a alguien que, sin más aviso y de forma dogmática, dijese: «El universo acabará dentro de tres meses», aunque probablemente ese titular sí iría a las páginas de un periódico de información general, y además, desde su lógica, sin la menor mala conciencia epistemológica ni deontológica. Como esos enunciados anuncian su aparecer objetivo a plazo fijo, al cabo de los tres meses, una segunda instancia de la lógica periodística, ahora de carácter reparador, mostrará seguramente la falsedad de esas afirmaciones, devolviendo las cosas al espacio del sentido común, pero el hecho de que al cabo

8 Véase en este sentido Gomis, L.: *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós, Barcelona, 1997.

de tres meses ni se haya acabado con el paro ni el universo haya dejado de existir no 'desmiente' al periodista, en todo caso desmiente a los responsables de esos enunciados, enunciados que no perderán, sin embargo, su condición de mundo, de realidad, de 'hechos'. En cambio, de la misma manera que la comunidad científica no habría tenido en cuenta la afirmación referida al fin del universo, tampoco empresa alguna estadística ni ninguna oficina de control del desempleo pondría, tras la afirmación del presidente del Gobierno, en el casillero correspondiente a tres meses más tarde, la siguiente leyenda: «Hoy, paro cero», o algo similar.

Así pues, recurriendo a un metalenguaje, la verdad científica, como correspondencia, en el sentido de Tarski⁹ y de Popper, sería de esta manera:

El enunciado '«en tres meses acabaré con el paro» es verdadero, si y sólo si, en tres meses, ha dejado de haber paro,

mientras que la lógica informativa respondería a esta otra condición:

El enunciado «en tres meses acabaré con el paro» es verdadero, si y sólo si el presidente del Gobierno ha dicho: «En tres meses acabaré con el paro».

Es más: si, como suele ocurrir con bastante frecuencia, el político cogido en falta llamara a la redacción del medio que recogió su afirmación sobre el paro para afirmar ahora lo siguiente: «No dije que en tres meses acabaré con el paro», el periodista recogerá esta nueva afirmación igualmente como veraz, sin que por ello se produzca violencia contra el principio de no contradicción. El hecho de que un articulista o editorialista del medio pueda llamar al día siguiente al político en cuestión mentiroso, mostrando, por ejemplo con una grabación, que sí hizo la primera afirmación, no cambia las cosas, no afectará a la *lógica* periodística, que es la que funcionará antes del comentario editorial. Es decir, el medio llevará a sus páginas o a su informativo, con el mismo carácter 'verdadero', la segunda afirmación. Si el informador recogió con rigor las primeras palabras del político, parece claro entonces que éste miente en una de las dos ocasiones, pero el medio dice en ambos casos la 'verdad', porque, pese al latino *operibus credite et non verbis*, las palabras mismas son realidad, hechos del mundo al que el titular del medio se adecua, aunque las palabras no se correspondan con figura o hecho alguno del mundo, salvo con el hecho de haber sido expresadas. Esta es la diferencia entre una teoría de la verdad como correspondencia en sentido filosófico-epistémico y en sentido mediático.

Desde la lógica periodística esto que yo escribo en estos momentos es un hecho del mundo, y desde luego una verdad como correspondencia, aunque un filósofo pudiera mostrar que no lo es en absoluto desde la lógica de la investigación epistémica. A un periodista no le interesaría investigar si algo o todo de lo que aquí vengo afirmando resulta pertinente filosóficamente hablando; no le importaría saber si se corresponde con algo empírico, sólo le interesa en la medida en que es un hecho, una noticia cierta: «X ha escrito un texto llamado 'El ser diseminado'» sería un titular de prensa que pasaría todas los filtros posibles de veracidad, aunque un especialista pudiera después replicar con otro texto que lo que ha escrito 'X' es un absurdo filosófico. Que sea verdad o falso, pertinente o no, le es indiferente al periodista, porque verdad o falsedad no tienen existencia, no son existencia de

9 Puede verse un resumen de esta teoría en Tarski, A.: «La concepción semántica de la verdad y los fundamentos de la semántica», en Luis Ml. Valdés Villanueva (ed.): *La búsqueda del significado*, 2ª ed., Madrid, 1995.

algo (para decirlo ahora a la manera de Aristóteles, Kant o Frege), no son una parte del mundo como figura, pero se dan en el mundo, y se dan con la misma categoría gnoseológica. En cualquier caso las objeciones del especialista no cambiaría las cosas, no perturbaría el hecho de que existe la realidad consistente en que alguien, en estos momentos, escribe un texto al que llama el 'Ser diseminado', que además se añade al mundo como parte de él. Y no tendría ningún reparo en incluirlo —porque es algo, una cosa— como parte de la 'verdad' del día¹⁰. Y sólo dejaría de formar parte de la selección del día si, como sería muy probable, otras noticias más llamativas, con una expectativa mayor de aprecio por la audiencia, reclamaran paso. Entiéndase bien: no es que las otras noticias finalmente seleccionadas sean más verdad que la noticia consistente en que 'X' ha escrito un texto llamado 'El ser diseminado', y por ello el jefe de sección del medio las prefiere a ésta, sino que las otras noticias le parecen más 'vendibles'. Claro que este innegable lado comercial de la mayor parte de los medios provoca la indignación en colectivos —por así llamarlos— comprometidos, y un reproche ético, seguramente justo, pero todo eso queda fuera de esa primera instancia de la lógica de la acción mediática.

Estamos, por así decirlo, ante el complejo monárquico descrito por Bruno Latour en *Ciencia en acción*¹¹: el papel que tiene la realidad, la naturaleza, respecto de dos teorías o programas de investigación envueltos en una controversia, con el papel de la Reina Isabel II en la monarquía constitucional británica. Ella lee desde el trono, con el mismo tono, majestad y convicción un discurso escrito por el primer ministro, sea conservador o laborista, según haya sido el resultado de las elecciones. En realidad ella añade algo a la discusión, pero sólo después que el debate ha terminado. Latour se refiere aquí al papel de la realidad, de la naturaleza respecto de las teorías. Ésta, la realidad, no es árbitro frente a posiciones enfrentadas, nunca dice nada, no da ni quita la razón, guarda silencio, y la excelencia de una teoría sobre otra sólo viene dada por el cierre de una controversia, cierre que es, a su vez, no la consecuencia de una representación determinada de la naturaleza, sino, por el contrario, la causa de esa representación.

Pues bien, el periodista juega el papel de la reina, es decir, de la naturaleza, y lleva a sus páginas con la misma aparente convicción unas y otras palabras: la verdad consistente en decir que 'X' ha afirmado que es Napoleón y la verdad consistente en la evidencia de que el tal 'X' no es Napoleón, sino un concejal del ayuntamiento de Madrid, dicho sea a modo de ejemplo, que ha perdido momentáneamente la razón.

III

¿Y conceptos como alma, como espíritu, como Dios? Ya lo hemos dicho: aunque no haya nada en el mundo que podamos denotar como tales, *existen*, y así lo entendería la lógica periodística, en la medida en que algunos hablantes añaden palabras al mundo a propósito de esas entelequias. En el momento en que exista una persona dispuesta a afirmar con palabras inteligibles (por ejemplo: «Creo en Dios») la existencia de Dios, Dios y aún su existencia se convierten en materia periodística, en realidad, porque se da el hecho de esa creencia, que puede ser narrada, aunque no pueda ser mostrado el objeto de la creencia. Todo ello nos llevaría a la conclusión de que tienen la razón quie-

10 Lo que se da en el proceso de adecuación periodística es un «mostrar», el «ser descubierto», en el sentido de Heidegger, tal como éste indica en el esbozo de teoría de la verdad que presenta en *El Ser y el tiempo* (VI. 44.)

11 Latour, B.: *Ciencia en acción*. Labor, Barcelona, 1992, p. 95.

nes predicán del periodismo una perversidad intrínseca y una indiferencia moral pasmosa. En realidad, aunque con frecuencia pueda ser así, no siempre lo es ni tiene por qué serlo fatalmente.

En primer lugar, el periodismo amplifica y difunde, pero no añade más ruido al mundo del que ya hay en él, del que éste de antemano produce. Antes bien, un proceder típico de la prensa, como acabamos de ver, consiste en devolver al mundo un ruido ya filtrado, por lo que su añadir mundo al mundo no se da necesariamente en sentido cuantitativo. La información es una selección de hechos, una selección de mundo. Que a alguien le parezca más serio informar sobre el hecho de que 'X' ha escrito un libro llamado 'El ser diseminado' que informar sobre los pormenores de la boda de meneganita con zutanito, sujeto de quien a su vez se había divorciado tres meses antes, que alguien piense así, repito, no tiene ningún interés epistemológico, pues no deja de ser una opinión pacífica frente a otra igualmente incruenta: la opinión de quien cree más interesante la información sobre la citada boda. Ya sé que estas palabras estarán provocando el escándalo en los filósofos éticos, o en muchos lectores. Pero pido a todos estos que acepten, aunque sea provisionalmente, estas palabras. Gaye Tuchman explica que los periodistas utilizan ritualmente la objetividad para bloquearse ante los ataques y peligros (como los cierres) que acechan a los medios: «Para los periodistas —escribe—, como para los sociólogos, el término 'objetividad' se alza como un rompeolas entre ellos mismos y las críticas. Cuando se les ataca porque han hecho una presentación de los 'hechos' controvertida, los periodistas invocan su objetividad casi del mismo modo en que un campesino mediterráneo se cuelga una ristra de ajos del cuello para ahuyentar a los malos espíritus»¹².

En segundo lugar, desde aquí y en adelante comienza el espacio de la ética, es decir, a partir de aquí comienza el periodismo a hablar, a seleccionar, a medir, a calcular, a juzgar, con excelencia en unos casos, de manera infame en otros. Pero ése es el momento en el que nosotros nos detenemos ahora, pues nos hemos limitado a presentar, paradójicamente, aquello de lo que el periodismo no habla, pues no es sino su *constructo lógico*. Al contrario que el Wittgenstein del *Tractatus*, de todo eso que aquí no se habla (lo propio de la filosofía en el sentido del *Tractatus*) es de lo que el periodismo debe hablar desde la *facticidad* de su ser diseminado en las cosas infinitas del mundo. Hasta aquí hemos tratado de mostrar los límites —infinitos y dispersos— de su forma de conocer. El *después* es ya el barbecho del periodismo que se hace, que se está haciendo, que está siendo. Y es entonces la *episteme* la que ha de guardar silencio para dejar hablar —si es que ésta se siente capaz de discernir entre lo excelente y lo que no lo es— a la ética, a la *filosofía*, que es, como el propio periodismo, algo más que taxonomía o que espejo indiferente y simétrico del mundo.

12 Tuchman, G.: «La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas», *CIC* (Madrid), nº 4, (1998/1999) pp. 199-218.