

En la última clase prevista y suspendida por temor sanitario atendible, tenía dispuesto cerrar algunos temas que habían sido apuntados – sobre todo – desde que abordáramos el problema de **las fuentes**. Como no hay posibilidad presencial de concluir el cuatrimestre, y estos temas resultan imprescindibles para la comprensión final de los mismos, escribo estos apuntes como sustituto de la intención original.

Luego de los diferentes desarrollos sobre la noción de fuente, su función en la práctica periodística, sus distintas clasificaciones y la relación “contractual” (utilizando el término sólo como una metáfora de “compromisos”) entre fuente, periodistas/medio, quedó en claro la actitud profesional que un periodista profesional debería tener frente a una fuente. Un periodista no solamente debe saber elegir bien una fuente, según criterios que también trabajamos, sino actuar “bajo sospecha” diríamos, para hacerse las preguntas fundamentales sobre la oportunidad y razones de aparición de una fuente. De allí el axioma introductorio que utilizáramos de de que, en general: **“ninguna fuente es ingenua”**. Ya sea que actúe en función institucional, oficial, “on the record” u oficiosa, en cualquier de las situaciones “off the record”

No toda acción de una fuente tiene como destinatario particular a la denominada “opinión pública” en general. Muchas veces el interés de la fuente se circunscribe a otros actores aliados o contrincantes o algún grupo social en particular. En el contexto general de la “teoría del conflicto” de las sociedades y la dialéctica inseparable de la información/desinformación, era el momento de abordar las “operaciones de prensa”. En síntesis, y para introducirnos en el tema, marcamos la relación entre la representación conflictiva de la sociedad, el hecho de la construcción retórica que – por el mismo proceso de producción o intencionadamente – es objeto de operaciones retóricas de selección (o sea, de algo se informa y algo no se informa), supresión, adición, generalización, resumen, etc. y la noción de “pseudoevento”.

En varios momentos de la cursada, hemos tomado como modelo de subjetividad la consideración de dimensiones cognitivas, racionales, argumentativas junto a las afectivas, emocionales o irracionales. Componentes habituales de cualquier texto periodístico y, podemos agregar “de sus efectos” en el lector. El texto y también las fuentes pretenden influir en la percepción de los acontecimientos narrados de manera verosímil y las fuentes en conflicto pugnan por una interpretación lo más favorable a los objetivos que se propusieron. Sea, podríamos decir, ofensiva o defensivamente.

Como última y necesaria consideración integrada o sistémica de este eje también está ligada – desde siempre pero con especial complejidad desde la modernidad - con acciones tales como la propaganda y la publicidad. Si bien, como señaláramos, tienen genealogías y objetivos distintos, es posible considerar hoy una suerte de hibridación de ambas prácticas. Especialmente cuando nos estamos refiriendo al campo político en general y a las campañas proselitistas en particular. La noción de campaña se ha extendido tanto en la práctica que algunos “asesores de imagen” aconsejan “la campaña permanente” para cualquier gobierno. De ello podrían colegirse sentidos varios. La campaña en cuanto al intento de comunicar lo más acabadamente la obra

de gobierno; como en otro registro la expansión del “marketing político” más allá de una instancia particular como lo es una elección. Con el riesgo de la sobreactuación o exageración (Vg. anuncios que están “lejos” de su realización, promesas “oportunistas”, etc.).

Todos sabemos, a esta altura, que la construcción de simbologías, rituales, discursos, apariciones, etc., son fundamentales para la construcción de lo que se denomina extendidamente “imagen”, tanto de la acción de gobierno como de sus integrantes. Esto lo demuestra, la sociología empírica, en los constantes sondeos de opinión que se realizan para observar los porcentajes de imagen positiva, negativa o neutra que puede tener una gestión. Dejando a salvo la ambigüedad manifiesta muchas veces sobre el sentido de la palabra “imagen” y las severas críticas que han tenido sobre la metodología de investigación sobre ese fenómeno esquivo que se denomina “opinión pública”.

Recomiendo la lectura de un artículo liminar de Pierre Bourdieu que puede encontrarse en este link:

<http://pierre-bourdieu.blogspot.com/2006/06/la-opinin-pblica-no-existepierre.html>

LAS OPERACIONES DE PRENSA

OBJETIVOS

En la bibliografía sobre práctica del periodismo no existen demasiadas referencias a este tema de: “las operaciones de prensa”.

Sin embargo, en las propias crónicas periodísticas, desde hace algunos años, aparece consignada cada vez con mayor frecuencia esta expresión para explicar ciertos movimientos - apariciones o declaraciones - de las fuentes usualmente utilizadas para construir las historias periodísticas. “La difusión de esa información fue estimada por fulano de tal como una operación de prensa destinada a confundir, desviar la atención....o perjudicar”. Estas expresiones bastante usuales, por supuesto, puede variar en cuanto a quiénes son los generadores y quienes los destinatarios, de la acción de que se trate; expresa por parte de un actor la intención de revelar la intencionalidad que siempre connota y que sería la intención de la fuente que promueve la declaración, el suceso, etc.

Miguel Rodrigo Alsina, en la “Construcción de la noticia” (Editorial Paidós Comunicación, 1989) reproduce un esquema de Molotch y Elster que se han ocupado del “curso autónomo” que puede tomar un acontecimiento promovido por una fuente y el resultado de su “entrecruzamiento” con la labor del periodista.

	HECHOS REALIZADOS INTENCIONALMENTE	HECHOS REALIZADOS NO INTENCIONALMENTE
PROMOVIDOS POR LAS FUENTES	RUTINA	HALLAZGO (SERENDIPITY)
PROMOVIDO POR PERIODISTAS	ESCANDALOS	INCIDENTES

Si bien no hay una definición demasiado precisa sobre en qué consisten “las operaciones de prensa” podemos aproximarnos a su noción más amplia describiendo algunas de sus características, circunstancias y condiciones.

O sea, que puede afirmarse que el concepto adquirió “autolegitimación” en el propio discurso periodístico. Aclaro que no toda operación de prensa tiene que ser “secreta”. Como en la propaganda las hay “blancas” – se sabe quién es y qué dice – u “oculta”, evitándose la identificación parcial o total. La cuestión central, profesionalmente hablando, es si el periodista/medio siguiendo la clasificación de **Héctor Borrat** (“*El periódico, actor político*”) – que a su vez remite a **María Fraguas de Pablo** “*Teoría de la desinformación*”, 1985) – son “víctimas inocentes” de la operación de prensa. O bien si actúan como **cómplices o coautores** de una estrategia desinformativa puesta en marcha por el gobierno. O, más extremo aun, el periodista y/o medio se constituyen en **autores principales** de la maniobra. Estas cuestiones abrirían un extenso debate sobre cómo más allá de la línea editorial fijada, las redacciones tienen un control redaccional sobre los materiales, y – especialmente – los modos de obtención de la información.

Por ejemplo, uno puede encontrar diarios que son muy profesionales y estrictos en el control de edición. Así los jefes examinan de los cronistas o redactores de qué fuentes obtuvieron la información. Si son varios los que están trabajando una historia pueden realizarse comunicaciones, sucede en el *THE NEW YORK TIMES* por ejemplo cuando actúan varios periodistas en distintas partes del mundo. Yo no creo que esto habilite a una noción de verdad científica, como lo presupone cierto discurso de la “objetividad”, pero hace ciertamente al rigor profesional con el que se informa al lector.

La operación de prensa exhibe, de manera muy didáctica, una serie de conflictos de orden profesional, y por ende comprensivos de una ética del hacer, entre los medios, sus periodistas y las fuentes. Con una consideración tan importante como las restante: el derecho del ciudadano a estar debidamente informado, que se traduce en su prerrogativa a saber cómo el periodista o el medio obtuvo esa información. Práctica a la que induce el Manual de Estilo del diario *EL PAIS* de España y que prescribe que cuando se hace necesario mantener el anonimato de una fuente debe explicitarse en el texto las razones de semejante decisión.

Como vimos esto sufrió un vuelco muy importante sobre todo a partir del caso Watergate como lo vimos en otras clases. Tanto es así que hay estudios muy interesantes analizando textos periodísticos en los que se ha llegado a establecer que el 70% de la información publicada no puede apoyarse en fuentes identificables plenamente.

Reitero, las fuentes tienen siempre propósitos o intenciones cuando generan un hecho que suponen se mencionará en la superficie redaccional o texto que construyen los medios de comunicación. Pero, paradójicamente, una fuente puede proponerse un “efecto secundario”, lograr un efecto pero que no siempre es el que aparece en la superficie. Aquí se puede encontrar una conexión con lo que vimos acerca de las “filtraciones”. Muchas veces se conciben para lograr un mayor enfrentamiento o tensión, para forzar una alianza, para enviar advertencias que no son las que capta el “gran público” que en este caso está emplazado más como un espectador pasivo frente a ese “juego estratégico”.

Es en este sentido que resulta útil complementar cuanto estamos diciendo con el texto de **Alvin Toffler** que ustedes tienen como bibliografía obligatoria y que está extraída justamente de un libro que se titula “**El cambio del poder**”, en el capítulo referido a las “**Infotácticas**”, que como ustedes se darán cuenta, es un neologismo que une las nociones de información y táctica.

Su tratamiento se estima como ineludible para vuestro futuro profesional. En tal dirección rastreamos los orígenes de esta noción, estudiaremos algunos casos, veremos como se diseña una operación de prensa en el marco general de la “acción psicológica” y cruzaremos estas situaciones con una reflexión sobre el comportamiento esperado del profesional periodista frente a estas circunstancias.

ORIGENES

Como es habitual, comenzaremos por las definiciones que nos brinda el Diccionario de la Real Academia Española, cuando se busca la palabra operar.

Del *lat. operari*.

1. tr. Realizar, llevar a cabo algo. Ú. t. c. prnl.
2. Cir. Ejecutar sobre el cuerpo animal vivo, con ayuda de instrumentos adecuados, diversos actos curativos, como extirpar, amputar, implantar, corregir, coser, etc., órganos, miembros o tejidos.
3. intr. Producir las cosas el efecto para el cual se destinan.
4. Obrar, trabajar; ejecutar diversos menesteres u ocupaciones.
5. Negociar, especular, realizar acciones comerciales de compra, venta, etc.
- 6. Llevar a cabo acciones de guerra, mover un ejército con arreglo a un plan.**
7. Maniobrar, llevar a cabo alguna acción con auxilio de aparatos.
8. Realizar operaciones matemáticas.
9. Robar, estafar, llevar a cabo actos delictivos.
10. prnl. Someterse a una intervención quirúrgica.

La genealogía nos lleva a las acepciones grecolatinas de la obra como una acción del hombre (mujeres y varones), aludiendo a ciertas connotaciones creativas de la acción.

De las varias acepciones se nota que se toma en cuenta el alcance más vulgar de la intervención quirúrgica para sanar el cuerpo. Pero todas rondan alrededor de la idea de la acción. Y, asimismo, se le otorga una aplicación particular a las acciones de guerra.

Es probable que esta última consideración haya ejercido la mayor influencia, en el sentido que nos importa, la significación que la palabra “operación” adquirió en el discurso bélico. La operación en el terreno de batalla de las distintas divisiones de un ejército. Y justamente, dentro del “arte de la guerra”, en los autores clásicos que se ocuparon de ella, va apareciendo una consideración de la misma en donde no solamente se destaca el potencial de los instrumentos para hacer la guerra sino la consideración de **factores espirituales o psicológicos, sociales**, presentes en los dos bandos en contienda. La victoria de un bando y su contrapartida, la rendición o derrota del contrario alcanza su mayor virtualidad cuando se ha dejado inerme espiritualmente al oponente. Es decir se lo ha “desarmado” y logrado ponerlo en una situación de subordinación.

En un sentido mucho más peyorativo, hace algunos años el ex - Vicepresidente de la Nación, Carlos “Chacho” Alvarez intentó descalificar a los “operadores políticos” asimilando su tarea con la que realizan los “operadores”

de los mercados bursátiles extendiéndolo a la política. Lo hizo tanto como criticar cierto cariz “mercantilista” que, según su visión, había adquirido la política. Sin soslayar los aspectos “detrás de la escena del poder” que realizan ciertas personas con habilidad y astucia para esos menesteres.

Un poderoso personaje, de los denominados “halcones” de la política estadounidense, el General Vernon Walters escribió un libro “**SILENT MISSIONS**” que creo se tradujo como “**MISIONES DISCRETAS**”. En el argot usual de los servicios de inteligencia se utiliza el término “operaciones encubiertas”. Aludiendo al presupuesto que la intervención en otros países no debe comprometer oficialmente al país que las lleva adelante. Estos asuntos de poder ponen en evidencia la importancia de los medios de comunicación y sus efectos psicosociales.

Al respecto y para los que se interesen en la cuestión de los “operadores políticos” les añado un link con un artículo interesante de la periodista Laura Di Marco, del Diario La Nación, escrito en el suplemento enfoques:

El poder en las sombras: cómo mueven las fichas los operadores políticos

Quiénes son y cómo operan algunos de los dirigentes clasificables dentro de esta extraña categoría

Por Laura Di Marco

Noticias de [Enfoques](#): anterior | siguiente

Domingo 29 de julio de 2007 | **Publicado en edición impresa**

http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=929624

Aclaro otra vez, si bien la operación de prensa y sus promotores no siempre actúan bajo un estatuto del secreto; en general, son aquellos personajes colaboradores de un personaje político que realizan negociaciones discretas, reservadas, cuando no secretas con otros personajes amigos o antagonistas para llevar adelante acciones políticas de acuerdo o hasta “pactar” los límites del desacuerdo.

Para que no surjan confusiones estamos hablando de operaciones políticas en general, que conllevan un efecto psicológico sobre personas o grupos de personas. En tal sentido hablaremos en adelante de operaciones de acción psicológica. Y estas fueron sistematizadas en el campo bélico. Tanto es así que los “manuales” o “directivas” de guerra tienen siempre un capítulo titulado generalmente como “acción psicológica”. Aunque conviene resaltar que las estrategias que pueden utilizarse tanto en la guerra como también en la política en tiempos de paz. Y, una vez más, el campo de articulación es el del sistema mediático.

Pero volviendo a la relación entre la guerra y la política, que sostienen en gran parte esas estrategias que tienen como factor importante lo comunicativo, a esta altura, no puedo escaparme a la frase más citada de un teórico de la guerra: Carl Philipp Gottlieb von Clausewitz (1780- 1831). Militar prusiano, uno de los más influyentes historiadores y teóricos de la ciencia militar moderna, cuyo tratado **DE LA GUERRA**, que fuera escrito originalmente en ocho volúmenes, tuvo una gran influencia en el establecimiento del imperio prusiano por la figura controvertida de Otto Bismarck, nombrado canciller (primer ministro) puso en marcha su plan para imponer la hegemonía de Prusia sobre el conjunto de Alemania, como paso previo para una eventual unificación nacional.

Von Clausewitz, analizó con el paso del tiempo – después de haber sido derrotado por Napoleón siendo él un oficial de rango menor - los conflictos armados, desde su planteamiento y motivaciones hasta su ejecución, abarcando comentarios sobre táctica, estrategia e incluso filosofía. Sus obras influyeron de forma decisiva en el desarrollo de la ciencia militar occidental, y se enseñan hoy día tanto en la mayoría de las academias militares del mundo como en cursos avanzados de gestión empresarial y marketing, que les mencioné cuando trabajamos el tema en su oportunidad, poniendo el ejemplo de cómo su obra, junto a la de otros estrategas más antiguos como Sun Tzu, un general chino que vivió alrededor del siglo V antes de Cristo pueden hallarse en las librerías en las secciones dedicadas a la empresa, el Management, estrategias empresarias, etc.

Decía que hay una expresión repetida hasta el hartazgo, provocativa y que hizo conocido a von Clausewitz: "*La guerra es la continuación de la política por otros medios*", con lo cual ustedes pueden deducir la congruencia al relacionar el tema nuestro de las operaciones con la política y su relación con la guerra. Por supuesto que estos conceptos son bastantes controvertidos en la ciencia política (y también el derecho), pero esa es otra cuestión. Sin embargo, cabe aclarar, que esta idea no tenía el menor viso de cinismo en el contexto del libro. Clausewitz pensaba que la guerra moderna es: a) un "acto político", y esta manifestación ponía en juego lo que él consideraba el único elemento racional de la guerra. En su concepción, los otros dos elementos de la guerra son: b) el odio, la enemistad y la violencia primitiva (como observan aspectos psicosociales), y c) el juego del azar y las probabilidades. "El primero de estos tres aspectos -escribió- interesa especialmente al pueblo; el segundo, al comandante en jefe y a su ejército, y el tercero, solamente al gobierno. Las pasiones que deben prender en la guerra tienen que existir ya en los pueblos afectados por ella (otra vez los imaginarios, los alcances psicosociales); la eficacia que lograrán el juego del talento y del valor en el dominio de las probabilidades del azar dependerá del carácter del comandante en jefe y del ejército; los objetivos políticos, sin embargo, incumbirán solamente al gobierno." También cabe tener presente el contexto de Europa cuando se elaboraron estas teorías.

En la teoría de Clausewitz, los elementos del odio, el cálculo y la inteligencia (dicho de otro modo, la pasión, el juego y la política) forman una

"trinidad" inseparable. Así pues, Alemania se basó en Clausewitz para unificar la conducción militar y la política durante las dos guerras mundiales del siglo XX. Observada con rigor, su filosofía indica que el cálculo de los militares (la estrategia) y la conducción política tratan de dirigir e instrumentar una tendencia a la violencia y la hostilidad preexistente (debate de la antropología), esto lo veremos con mayor claridad cuando enfoquemos un plan para operaciones de acción psicológica. Que me adelanto a decir, necesitan de un estudio sobre las condiciones psicosociales de la población o grupo sobre el que se pretende "operar". El autor sostiene que, aun cuando un conflicto se iniciara sin esa base emocional, su desarrollo necesariamente influiría en este plano.

En la historia de los enfrentamientos militares siempre se ha entendido que los que conducen una guerra deben tener la intuición o los saberes necesarios para representarse cuáles serán los movimientos del enemigo a conquistar o someter.

Para eso necesitaban del auxilio de personajes especializados en el arte del engaño para poder pasar desapercibidos, penetrar el bando enemigo y obtener la mayor cantidad de información que pudiese ser útil al ejército o la Nación para la cual prestaban servicios. Puede extenderse esta cuestión a la cuestión propia de la política. Alguna vez afirmé, sin tener tiempo para desarrollarlo, que el poder está asentado sobre un "estatuto del secreto". No hay tiempo para desarrollar este asunto, pero la política siempre tiene "opacidades", no hay un "grado cero", una "transparencia" absoluta. Así funcionan las cosas en la realidad política. Lo cual no quiere decir que se justifique la corrupción. Me estoy refiriendo a cuestiones tales como la iniciativa, la sorpresa, etc. Que son propias de toda conducción política. Aunque esto pueda sonar "políticamente incorrecto" la realidad del poder y sus relaciones funciona bajo esa Ley que otras disciplinas trabajan con enjundia. Por cierto que Michel Foucault se ocupó mucho sobre el Poder y sus genealogías, como también Pierre Legendre. Y aunque no es estudiado en profundidad en ciencia política, el ex – Presidente Juan Perón concebía mucho de su estrategia de "conducción política" remontándose a estas cuestiones que en muchos casos penetran hasta el núcleo de los problemas filosóficos. Pero aquí nos detenemos en este tema.

Naturalmente nos hemos desplazado y adentrado en el campo bélico en donde está presente el "secreto" a develar en la medida en que alguien necesita de información relevante, precisa y verdadera sobre los planes y procedimientos del enemigo.

Como cierre de este apartado quiero contarle dos ejemplos que ponen de manifiesto mucho de lo que estamos diciendo y, además, muestra como antigua y modernamente la información - por así decirlo -, su recolección y registro y el espionaje tenían como vehículo y cobertura a la prensa.

En el libro escrito por Peter Sloterdijk, "*Crítica a la razón cínica*" (Tomo II, páginas 146 – 153, editorial Taurus) encontré un antecedente interesante.

El autor es filósofo de profesión, y curiosamente pese a ello se convirtió hace algunos años en un best – seller con este libro de bastante densidad. Fue escrito al conmemorarse los doscientos años transcurridos desde la aparición de la “Crítica de la razón pura”, de otro filósofo: él también alemán, Immanuel Kant. En general el libro debate sobre la actualidad y “el cinismo” como “la falsa conciencia ilustrada”. Ustedes saben que este tema tuvo una gran efervescencia entre los mediados de los sesenta y los setenta, sobre todo a partir de la obra de Louis Althusser: “*Para leer El Capital*” (en colaboración) e “*Ideología y aparatos ideológicos de Estado*” su obra más conocida en este campo. La cuestión centrada era, esquemáticamente expresada, que la ideología era como “falsa conciencia”, contraponiéndola al conocimiento científico marxista. Como dice Slavoj Žižek, “el falso reconocimiento de la realidad social que es parte de esta realidad misma”. Sloterdijk expone la tesis - en la interpretación de Žižek – que el modo dominante de la ideología es cínico, lo cual hace posible – o, con mayor precisión, vano – el procedimiento clásico crítico – ideológico. La fórmula vulgar asertiva sería: “ellos sabe muy bien lo que hacen, pero aun así, lo hacen. La razón cínica ya no es ingenua, sino que es una paradoja de una falsa conciencia. No la voy a hacer larga pero es cierto que Sloterdijk opone el cinismo al *kinismo* que es un rechazo popular, de la cultura oficial por medio de la ironía y el sarcasmo.

Pido dispensa por la expansión pero ahora me comprometo a ser más sintético en el relato de Sloterdijk del subcapítulo “Saber bélico y espionaje”. Comienza diciendo: “La cuestión, para cualquier señor de la guerra, es la siguiente ¿qué hace el enemigo?, ¿qué está planeando?, ¿en qué situación se encuentra?, ¿cómo saberlo? La comunicación directa está excluida. Preguntar al enemigo es absolutamente imposible, o por lo menos estúpido, ya que sólo dará respuestas engañosas. Por este motivo se necesita un magnífico servicio de inteligencia”. Luego tensiona la “búsqueda de la verdad” desde los postulados de la Ilustración entre sujetos que, obviamente, se deben “engañar”. Sigue discutiendo sobre cómo se comportan el guerrero y el filósofo en relación con el espía. Ambos lo desprecian. El héroe no puede admitir a un “corrupto mentiroso”. Los generales quieren “héroes” que sean “justos, viriles y valientes”. Moral distinta de la que envuelve al espía.

Pero aquí va el hecho histórico interesante descrito por Sloterdijk: “Napoleón fue siempre lo suficientemente honrado como para admitir que detrás de muchas de sus campañas victoriosas no estaba sólo su genio militar, sino también el arte diplomático del engaño de su jefe de espionaje Karl Schulmeister (que contribuyó decisivamente al engaño de los austriacos, causante de las derrotas de Ulm y Austerlitz). Y luego sigue con otro caso, dice que el general von Moltke, la espada de Bismarck, no ha sentido mucha simpatía por los espías en general y especialmente por el célebre Wilhelm Stieber que, desde 1863, fue el jefe de espionaje de Bismarck (se le apodaba “Supremo Superior de Seguridad”) y, **bajo la cobertura de una agencia de noticias, es decir, bajo la tapadera de una agencia de prensa**, construyó la red internacional de la policía secreta prusiana”(subrayado del suscripto). Y así continúa el relato sobre cómo esa “red” contribuyó a los éxitos de Bismarck que hemos señalado más arriba. **Lo importante es que este es el primer**

antecedente moderno que encontré sobre la relación entre la prensa – una agencia de noticias – encargada mucho más preferentemente del espionaje que de la aparente misión “inocente” de recoger y enviar información para el público.

En cuanto al periodismo de Estados Unidos de América, encontré un primer antecedente sobre la nominación de un “operador” en la edición del 27 diciembre de 1993 de la revista **TIME**. Se refería a la designación del Secretario de Defensa del entonces Presidente Bill Clinton, Bobby Ray Inman. El título del artículo decía “No lo llamen Bobby Ray: retrato de un operador”. La crónica lo describía ubicado atrás del Presidente y autodefiniéndose como un “operador”. Hombre del Pentágono (sede de Defensa de los Estados Unidos de Norteamérica), definido como “legendario” y con mucha experiencia en conflictos bélicos, fue él mismo el que se atribuyó esa caracterización en base a su formación militar. Aunque en el texto se daba a entender que no era solamente un “operador” militar por la misión sino por ciertas características para el “tejido político”. Ya la caracterización del “operador” estaba reconocida en el propio discurso periodístico.

OPERACIONES DE ACCION PSICOLOGICA

Estimo que es aclaratorio seguir las relaciones establecidas, centrándonos ahora en la especificación de las operaciones de **acción psicológica**. Como hemos dicho la sistematización y consideración “científica” moderna proviene fundamentalmente del despliegue tecnológico del Siglo XX. A lo que se suma la experiencia empírica de las disciplinas sociológicas, psicológica y de psicología grupal. Desde hace varias décadas, especialmente desde la guerra fría, los conflictos armados clásicos dejaron paso a los denominados de “baja intensidad”. El poder destructivo de las armas atómicas fueron, paradójicamente, un freno y el establecimiento de un “equilibrio del terror”. Se sabía que entrar de lleno en una confrontación sería letal para casi toda la humanidad. En ese marco es que las modalidades de guerra cambiaron. Adquirió entre los Estados una importancia sobresaliente todo lo vinculado a los medios de comunicación de masas y sus efectos. Usados tanto en tiempo de paz como en los de guerra, como hemos afirmado antes. Cambiaron las modalidades, entonces. Las acciones psicológica son cada vez más sutiles y sofisticadas y cuyo empleo los gobiernos utilizan para contrarrestar, neutralizar la acción política de otros; o bien para preparar una acción ofensiva.

Podríamos extendernos en que lo descrito adquiere mayor complejidad cuando la denominada globalización (que no es nueva pero si diferente a otras) dominada por la “aldea global” y los “flujos financieros” darían mucha más tela para entrometernos en este problema. No podemos pero quedan las puertas abiertas para que aquellos interesados en profundizar el tema.

Claro es imposible concebir una información sin atribuirle, deliberadamente o no, un efecto de tipo emocional y/o cognoscitivo en un lector

o grupo de lectores, sobre ciertos asuntos. Podríamos singularizar en este problema las noticias más importantes de política tanto nacional como internacional y la economía. Aunque estas secciones habituales de los diarios no son las únicas que se prestan a esos “combates mediáticos”.

Recapitulamos una vez más. La acción psicológica es un término que se sistematizó primariamente en las operaciones bélicas. A los desplazamientos de tropas, y los enfrentamientos violentos en los teatros de operaciones se suman operaciones estratégicas de construcción de mensajes para diversos fines. Fortalecer la moral, el ánimo, de la propia tropa. Engañar o desanimar la correspondiente al adversario. Pero también más recientemente se empezó a prestar cada vez más atención en la acción psicológica tanto en tiempos de guerra o de paz aplicados a las propias poblaciones o bien a las poblaciones que podían ser eventuales enemigos para anticipar efectos.

Por eso lo dicho hasta aquí reconoce: la teoría del conflicto social como motor de la historia. Ya sea entre los Estados, en el marco de la guerra convencional. Ya sea entre diversos grupos de interés, políticos, ideológicos, económicos o de influencia intelectual o espiritual dentro de una sociedad. La conflictividad implica un combate permanente, aunque por otros medios no violentos. Esas batallas como lo sostuvimos más de una vez encuentran su campo de operaciones en los espacios de los medios de comunicación masiva. Que pueden actuar, según las ocasiones, como terceros independientes, o como aliados estratégicos de uno u otro sector en pugna.

Estas estrategias fueron muy sistematizadas sistemas políticos genéricamente llamados totalitarios como el nazismo y el comunismo. En este caso en el desarrollo de las acciones de propaganda, Vladimir Ilyich Ulyanov más conocido como Lenin concebía la agitación y comunicación como contracara inseparable de la acción política. Otro tanto sostenía Goebbels con la importancia y su gestión durante el régimen nazi. Pero cabe destacar que también las ideologías o sistemas liberales han tomado mano de este tipo de manufactura para la influencia social.

Por último, cabe mencionar que además de la influencia en las guerras convencionales y los sistemas políticos, en la construcción de esta noción en la tuvo mucha influencia en las concepciones doctrinarias de las llamadas guerras revolucionarias. También la contrainsurgencia, o sea las doctrinas para combatir esas mismas guerras revolucionarias o “subversivas” se ocupó del tema. Atentados contra los derechos humanos fue la aceptación de la tortura como un método “legítimo” de confesión que hasta llegó a ser reconocida, para algunos casos, por la Justicia israelí. En tanto luego del atentado del 11S, en Estados Unidos de América se sancionó la “Patriot Act” (Acta Patriótica) que iba a tener vigencia como “emergencia” hasta el 2005. Al vencimiento del plazo, hubo proyectos opuestos entre el senado y la cámara de representantes estadounidenses y, finalmente se compatibilizaron los dos proyectos extendiendo la vigencia de la esa norma que despertó fuerte críticas en diversos sectores de aquél país por interpretarse que vulneraban principios elementales de los derechos individuales y hasta de la libertad de expresión.

Las operaciones psicológicas, entonces - uno de cuyos instrumentos es la operación de prensa - objeto principal de esta clase, comprende a las acciones políticas, militares, económicas, diplomáticas e ideológicas, articuladas al objetivo de producir consecuencias psicosociales.

Por lo expresado, vuelve a adquirir relevancia la propaganda, la cual consiste en la difusión de doctrinas, ideas o llamadas especiales dirigidas a exaltar emociones en los componentes de un grupo social, con el fin de influir en las opiniones, actitudes y conducta del mismo, modificando aquéllas en el sentido que favorezca los objetivos del grupo o nación que las realiza. El caso particular de dirigirse a grupos enemigos es el que consagra el nombre de “guerra psicológica” que adquiere un matiz diferencial con la noción más general de “las acciones psicológicas”.

Naturalmente que al tener raíces tanto en la conflictividad de fuerzas encontradas, como en la manera de dirimir las por la fuerza; la astucia, el secreto, la sorpresa son todos componentes tanto para la parte militar como para la acción psicológica propiamente dicha.

Esto extendiéndolo a nuestras preocupaciones periodísticas quiere decir que “la fuente” en muchas ocasiones oculta su identidad, siendo funcional y relacionable con la propaganda blanca, gris o negra, según pueda saberse la autoría o promotor, pueda descubrirse tras una investigación o logro el completo anonimato.

Las operaciones psicológicas de los jefes políticos y militares siempre existieron pero estaban limitadas, en general, por el alcance de la palabra. Debían tener cierta proximidad.

El término manipulación proviene del latín *manipulus*, conformado por las raíces *manus* (=mano) y *plere, pleo* (=llenar); de aquí que su significación original esté asociada con la idea de lo que se lleva en la mano, en el caso de los ejércitos el atributo de mando que se unía a lo que hemos dicho: encuadrar y dar órdenes hasta donde alcancen a ser percibidas por las tropas.

Con el tiempo ese significado primario fue mutando, entendiéndose luego por *manipulación* un ejercicio velado, sinuoso y abusivo del *poder*. Se presenta en cualquier relación social o campo de la actividad humana, donde la parte dominante se impone a otras en virtud de que éstas carecen de control, conciencia y conocimiento sobre las condiciones de la situación en que se encuentran. Aunque la imposición de cualquier curso de acción tiene siempre consecuencias reales, lo cierto es que, dentro del campo de la interacción social manipulada, no hay manera de que las partes afectadas puedan vislumbrarlas anticipadamente, tampoco analizarlas y menos impedir las; solo les queda afrontarlas como hechos consumados. No puedo avanzar demasiado en el tratamiento de este término. Pero afirmaré provocativamente que en tanto seres sociales siempre estamos expuestos a manipular y ser manipulados. Claro esto desde una mirada psicológica, lo que no obsta a establecer ciertos límites en la “manipulación de los otros”. Su versión mórbida

en tanto cuadros psiquiátricos es el abuso de la manipulación que se tipifica como “psicópata”.

A continuación les presento un esquema conceptual básico de los pasos o instancias que componen una estrategia de acción psicológica. Encontrarán ustedes, a primera vista, ciertos paralelismos que hemos tratado cuando al principio del curso abordamos concepciones del marketing o estudio de mercados.

Los elementos constitutivos de las operaciones de acción psicológica y que implican una terminología específica son los siguientes:

Grupo blanco: llamada también audiencia, auditorio o simplemente blanco. Es un conjunto de personas que comparten ciertas características y se encuentran implicadas en la misma situación. Son muy variadas en composición y tamaño, yendo desde una persona aislada hasta una Nación. Un regimiento, un grupo de periodistas, etc. Equivalente a la noción de *target* en el marketing comercial.

Vulnerabilidad psicológica: Circunstancia o condición especial existente en un grupo blanco en la situación de que se trate y que lo hace accesible a la influencia de otro grupo por vía psicológica. Si está para explotarse inmediatamente también recibe el nombre de oportunidad psicológica.

(Soldados enemigos que hace tiempo que no ven a su familia, se supone que hay una generalización mayoritaria en que la mayoría desearía estar con su familia o en su país, o que desean que el conflicto se termine)

Objetivo psicológico: Es el efecto de este tipo que desea conseguir el que realiza las operaciones psicológicas en un grupo blanco, por medio del cual resultarán favorecidos sus fines, bien sean políticos, económicos, militares, comerciales o de otras clases. (Las agujas que sostiene un rumor que fueron encontradas en un envase de Coca - Cola; el descubrimiento en California de uvas envenenadas que provenían de Chile – son ejemplos de boicots comerciales y que predisponen a una actitud de temor, miedo, pánico, etc.)

En el caso de un ejército se procura reducir su “espíritu de lucha”; en lo comercial que se ponga en duda la decisión de adquirir un producto por temor a sus consecuencias.

Misión psicológica: Realización de un proyecto (planificación estratégica conforme los objetivos generales) que permita la consecución del objetivo, generalmente inculcando una idea al grupo blanco o provocando una emoción en él, que influya en su conducta posterior.

Modo de acción psicológica: Procedimiento (organización e integración de los instrumentos que se utilizarán. Por ejemplo un efecto de orquestación eligiendo distintos medios para poder hacer circular los mensajes decididos en la misión) que permita desarrollar la idea o emoción que señala la

misión. Se suele llevar a cabo explotando una vulnerabilidad psicológica que a veces hay que hacer madurar para transformarla en oportunidad.
(exaltar la vulnerabilidad descubierta de su larga separación de la familia, exaltando el sentimiento de soledad)

Tema psicológico: Símbolo o conjunto de símbolos que sirven de núcleo a un mensaje y cuya comprensión por parte del grupo despertarán el efecto señalado por la meta psicológica (contenidos de la campaña, sus formas de representaciones discursivas, textuales, icónicas etc. El símbolo fundamental, especialmente significativo, recibe el nombre de símbolo clave.
(el amor familiar)

Llamamiento: Es el mensaje, por medios visuales o auditivos, dirigido a realizar una tarea de operaciones psicológicas. En líneas generales son de dos clases:

Llamamiento persuasivo, es decir, el que apela a la lógica y a la razón de la audiencia para conseguir que los miembros de ésta piensen y actúen de modo que la realización de la tarea se vea facilitada.

Llamamiento emocional que trata de hallar eco en el espíritu de la audiencia por la vía del sentimiento y de las pasiones.

En la dictadura del Proceso: el eslogan “Los argentinos somos derechos humanos” tratando de generar un “nosotros” lo más homogéneo posible, exaltación de sentimientos nacionalistas.

PROPAGANDA

Aunque este tema lo traté durante el curso, aprovecho para hacer una recopilación de algunas nociones centrales que deben articularse con la propaganda.

El término viene del latín propagare que quiere decir multiplicar por generación u otra vía de reproducción. La propaganda, que ha de ser propagada. Congregación de cardenales nominada "De propagande Fide", para difundir la religión católica.

Se trata de una técnica - más que un arte, tal como lo califica Julien Freund - y no de una ciencia, dado que, por un lado, sus raíces conceptuales de conocimiento en que abrevia su quehacer provienen de disciplinas científicas tales como: Ciencia Política, Filosofía, Psicología, Sociología, Antropología, Historia, etc. y, por el otro, su objetivo no radica en la persecución de la verdad sino en la "habilitosa" conquista de las voluntades humanas.

Su implementación se efectúa en forma deliberada, más o menos clarificada y sistemática. En su desarrollo se utilizan fundamentalmente técnicas psicológicas dirigidas a operar sobre los destinatarios de sus mensajes, tanto en el nivel consciente cuanto en la esfera de lo inconsciente.

Sus propósitos desde el punto de vista político, residen en dos aspectos:

- a) la creación, alteración o control de opiniones, ideas o valores y,
- b) La modificación de las actitudes, a los efectos de obtener una consiguiente modificación en las conductas, de acuerdo a líneas u objetivos predeterminados.

Antecedentes mediatos fueron la Revolución Francesa (*El libelo*, prensa doctrinaria de discusión de ideas que vimos al principio del curso). Los cambios tecnológicos del siglo XIX y finalmente el estallido de la Primera Guerra mundial. Período que se extiende hasta la Segunda Guerra mundial.

Más contemporáneamente, en la propaganda leninista a través de dos líneas: por un lado el aspecto doctrinario y, por el otro, los objetivos hacia los cuales la Propaganda debía alcanzar en cuanto "blancos de impacto". En lo doctrinario: iluminadora de la conciencia de clase, vehiculizadora instrumental hacia una lucha total, expresión de la ideología, unificadora de la Teoría y la Praxis, unificadora de la actividad humana (Estado, los grupos intermedios y el ciudadano). Objetivo de impacto: en razón del conflicto bélico externo e interno, reestructurar la moral del ejército rojo en el 18, sobre las fuerzas contra-revolucionarias y los contingentes civiles, frente a las clases trabajadoras, en las filas del gobierno y el partido.

Joseph Goebbels, el máximo responsable de la propaganda nazi la definía así: "la propaganda política, es decir, el arte de hacer penetrar sólidamente en las masas las cosas del Estado, de tal manera que el pueblo se sienta profundamente ligado, no podría seguir siendo un simple medio para la conquista del poder, era necesario que se transformara en un medio de desarrollar y profundizar el poder una vez conquistado". Un adelantado a los consejeros de la "campaña permanente", como mencionáramos y que pertenece al afamado Dick Morris. Estratega de campañas electorales y de comunicación gubernamental.

Sostenía el jerarca nazi que: "La propaganda es un medio para alcanzar un fin. Ese fin es el de llevar al pueblo a las ideas que se quiere hacer comprender, de manera tal que se abandone voluntariamente y sin resistencia interior a las tareas y a los fines que ha incluido un gobierno superior. Para atener éxito, la Propaganda debe saber lo que quiere. Es necesario que tenga en vista un fin claro y bien determinado, y que enseguida busque los medios y los métodos apropiados para alcanzarlo".

TECNICAS DE PROPAGANDA

Quien más tempranamente examinó y sistematizó técnicas aplicables a la propaganda fue el francés Jean Marie Domenach. Escribió un libro, "**LA PROPAGANDA POLITICA**", no demasiado extenso, pero muy ilustrativo y que se constituyó en bibliografía clásica cuando se aborda este problema. Aquí lo editó hace muchos años la Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA) – la versión francesa es del año 1950 -, aunque dudo que pueda encontrarse en

la librerías, sí es más factible hallarlo como libro usado. Aquí listamos algunas de esas técnicas, aunque no todas fueron abordadas por Domenach.

- La concentración: distinguir lo primario y concentrar esfuerzos en ese objetivo. Postergar lo secundario. Entre varios adversarios, optar según estrategia.
- La individualización del adversario: persona en quién se encarna su conducción o a lo sumo, en la minoría que lo secunda.
- **La contaminación: englobar en una sola categoría a todos los adversarios, la connotación negativa atribuida a uno de ellos "contamina" al conjunto.**
- La contextualización de la información: el marco explicativo que connota positiva, negativa o neutralmente la información propagada.
- **La orquestación: repetición constante de los temas principales respetando su adecuación al sector público receptor.**
- La experimentación: auscultar previamente a la opinión pública ante una información importante a brindar, o ante una medida que obtendrá al ejecutarse, una repercusión importante en la misma, siendo un ejemplo el denominado "globo de ensayo".
- El silenciamiento: cuando los hechos son adversos, frente al principio de que la propaganda no debe ofrecer aspectos contradictorios, no se hace mención de los temas que la realidad presenta como desfavorables
- La desviación de la atención: frente a la realidad adversa la atención se desplaza hacia otras áreas en donde los hechos no presenten un cariz desfavorable. Se promueven "pseudo - acontecimientos".
- **La transferencia (otros la denominan transfusión o contagio):**
A) explotando los prejuicios y estereotipos pre - existentes en la comunidad se utiliza su carga positiva o negativa para volcarlos sobre los mensajes acerca de temas de actualidad. B) aprovechando las cualidades de una personalidad, cultural, científica, etc. se trata que la misma adhiera a una causa o hecho político, procurando con ello una transferencia de las lealtades que el público le profesaba, en razón de su especialidad, hacia el área política.
- Fomento de la creencia mayoritaria: a) acto público magnificando el número de asistentes; b) elecciones piloto esfuerzos para lograr la victoria y expandir en toda la comunidad nacional que hay adhesión mayoritaria; c) creación y fomento de una determinada terminología asociada a un grupo político, a los efectos de que la misma "inunde" el lenguaje político imperante; d) adhesión de grupos influyentes y de

personalidades provenientes de distintos ámbitos; e) difusión de encuestas inducidas; f) la acción inducida de los medios masivos de comunicación.

- La personalización: tendencia actual de las campañas electorales, por ejemplo.

EL RUMOR

Dentro de las técnicas descritas, el rumor adquiere una importancia superlativa. Digamos para empezar que bajo la condición humana es imposible evitar este tipo de actividad que está presente en lo micro (los chismes o rumores de familia, del barrio, del trabajo, etc.) o en lo macro como acción política dentro de un sistema.

El rumor es un relato específico que interesa a un grupo específico o a una población entera. La autenticidad siempre resulta dudosa y el origen es siempre no comprobable. La circulación del rumor emplea lo que se conoce popularmente como “boca a boca”, aunque en muchos casos ellos pueden tener “reflejo” en un texto periodístico, con lo que alcanza un grado considerable de la eficacia buscada. Algunas veces aclarando que se trata de rumores y en otros construyendo un texto con cierto grado de verosimilitud en el que no es fácil distinguir si proviene de una fuente identificada, o es un comentario del redactor. En este sentido es expandir notoriamente la subjetividad del periodista y/o periódico pero “diluyéndolo” dentro del texto global.

Esto como hemos dicho tiene existencia por ciertas características psicológicas del ser humano. Podría decirse, por ejemplo, que quienes transmisor de un rumor adquiere cierta relevancia social. “Es un tipo informado”, quien lo hace circular siempre acentúa las características de “verdad” mediante las cuales el obtuvo esa información. La expresión porteña “esto es posta” funciona como una “garantía de calidad”. También, podríamos decir que juega algo del narcisismo de la persona al convertirse en un personaje importante que transmite información importante.

El rumor tiene raíces humanas y propias de la vida en sociedad. Se suman a ese contexto la importancia del asunto que se potencia con la ambigüedad de noticias en un momento dado y la falta de hechos concretos. Por cierto que los rumores encuentran un terreno fértil y circulan a mayor velocidad en tiempos de crisis o tensión, pero también cuando hay inactividad o cierto grupo de interés pretende debilitar a un contrincante.

Si bien los rumores son imposibles de evitar, puede establecerse una regla mediante la cual la posibilidad de circulación tiene relación con la eficacia de un sistema comunicativo. Su organización, la operatividad de ese sistema pueden disminuir la potencialidad de su circulación o verosimilitud.

Como en la gran parte de los temas que estamos abordando, son también factores emocionales los que los impulsan. El miedo, odio y esperanza, son condiciones necesarias, aunque no suficientes. Estos están

estrechamente vinculados con prejuicios o frustraciones de diversas índoles. Raciales, sociales, etc. Por el contrario, trabajar sobre el rumor en base a la esperanza es también propio de la condición humana. Se torna necesario creer en función de que “los malos momentos” pueden pasar rápidamente; o me animaría a decir: casi mágicamente, transformando el propio deseo en una “realidad próxima”.

Es un dato interesante que antes de que el ex – presidente Carlos Menem ganara las elecciones en 1989, su hipotético triunfo se “predecía” en base a profecías al estilo Nostradamus. En el caso se “nacionalizaba” la versión con una supuesta que, sin mal no recuerdo, se atribuía a Don Orión. Recuerden que esas elecciones - que también se adelantaron – se llevaron adelante en un contexto económico social muy complejo. La hiperinflación y los saqueos fueron dos cuestiones que generaban, en vastos sectores, incertidumbre, miedo y la realidad concreta que los precios eran remarcados varias veces en el mismo día.

La regla que explica su circulación la hemos delineado en la falta de información en asuntos que interesan y preocupan a mucha gente, pero estos no se generarían si no existiesen agentes que inicien esa suerte de juego infantil que solía llamarse “teléfono descompuesto”. Es así como cada uno va agregándole elementos al relato con la presuposición de resguardar su “verosimilitud”.

También y para mayor complejidad en la forma en que funcionan los rumores, hay que tener en cuenta que pueden aliviar tensiones. Si se siente odio por algún contrincante o grupo se encuentra cierta descarga emocional desacreditándolo.

LA VERDAD Y LAS FORMAS JURIDICAS: CIERTAS CONVERGENCIAS

Sobre el cierre del curso pretendo establecer otras relaciones en las cuales vuelve a jugar cierto imaginario de verdad en torno a los textos periodísticos. En ese sentido he reflexionado sobre el gozne que tiene esa búsqueda de la verdad y el procedimiento judicial ordinario que también busca establecer la verdad sobre hechos ocurridos.

Asimismo, este enfoque pueden pensarlo más conceptualmente con la cuestión de la “verdad periodística”.

Siempre cuento que este problema algo abstracto me surgió en la práctica profesional. En ocasión de cubrir periodísticamente el primer regreso del General Juan Perón luego de su exilio de 18 años, estaba en medio de una imponente marcha de personas. De toda condición social, con niños en los

brazos que querían acercarse al aeropuerto internacional de Ezeiza donde aterrizaría el avión que transportaba al ex – presidente y su comitiva.

Desde la revolución autodenominada “libertadora” se había generado una leyenda de que Perón regresaría en un avión negro. Nunca supe bien por qué debía ser de ese color. Era un rumor. Pero había llegado el día en que se producía el regreso – hubo uno frustrado en el año 1964 cuando gobernaba el doctor Arturo Illia, y el canciller Miguel Ángel Zavala Ortiz, que había sido comando civil en el 55, negoció con las autoridades brasileñas que hicieran regresar a Perón a su punto de partida que era España.

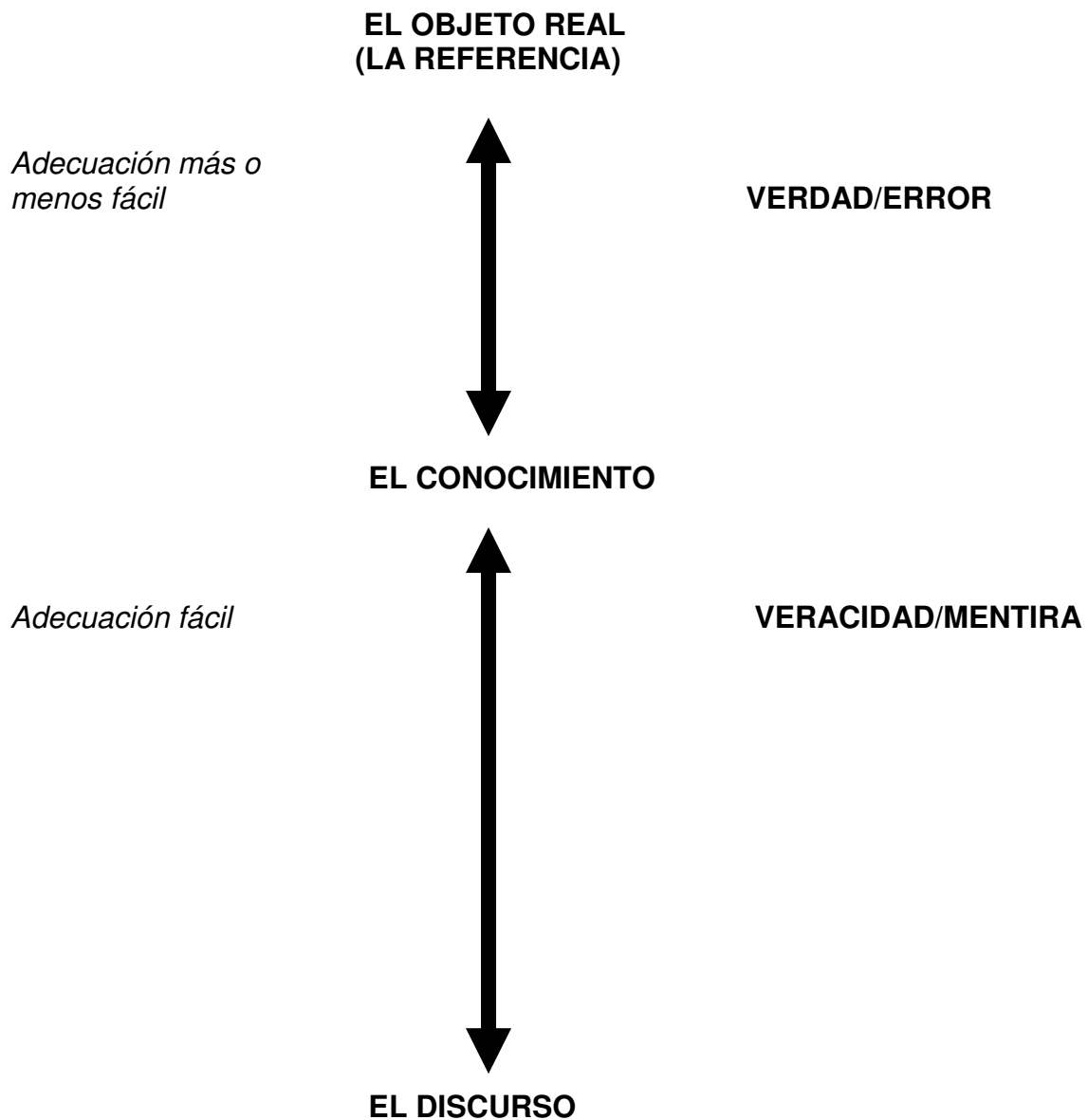
Años más tarde se concretó el primer regreso, 17 de noviembre de 1973, -no confundir con el segundo y definitivo que se produjo el 20 de junio de 1973 y donde hubo enfrentamientos armados y muertos.

El avión no fue negro. Era una nave de la empresa italiana Alitalia, bautizada Giuseppe Verdi. El autor de varias operas italianas famosas entre ellas “La fuerza del destino”. Les decía que de las columnas se desprendían personas que sorteando obstáculo atravesaban el Río Matanza en medio de una persistente lluvia. El obstáculo mayor era un dispositivo represivo montado por la entonces dictadura de la “Revolución Argentina” que llegaba a su epílogo. Cerca de 10 mil soldados rodeaban todo el Aeropuerto para impedir un recibimiento masivo a Perón El presidente era el General Alejandro Agustín Lanusse. Que a fuer de ser rigurosos históricamente, años después prestó un valioso testimonio en el Juicio a las Juntas Militares cuando regresó la democracia en diciembre de 1983 y varios de sus integrantes fueron condenados con diversas penas de prisión. A él le había secuestrado una sobrina que era diplomática y que – según varios testimonios – le había ido a contar al dictador Videla las andanzas del entonces Almirante Emilio Eduardo Massera y sus encuentros en París, donde ella desempeñaba su misión en la Embajada Argentina, con jefes de la organización “Montoneros”.

Pero volviendo al “regreso de Perón”, en aquella ocasión yo cubría la acción en el centro de una columna. Cuando no pudimos avanzar más, algunos grupos nos empezaron a gritar, “no demasiado amablemente”, que dijésemos la verdad sobre lo que estaba ocurriendo. Ese hecho sobre “decir la verdad” en el ejercicio del periodismo es sin lugar a dudas un obstáculo epistemológico.

En esta dimensión, claro, el periodismo está claro que no es una comunicación filosófica. Por ende la verdad de orden filosófico pertenece al de la ontología. Aquí deben vincularse el tema con el texto de lectura obligatoria de la autora Colacilli de Muro, María Angélica “**Elementos de lógica moderna y filosofía**”. (Buenos Aires: Estrada, 1965). En la clasificación de la autora podríamos decir que la relación entre el sujeto y objeto pertenece, dentro de la clasificación que expone, al nivel de lo gnoseológico y expresivo. Esto por cierto que es bastante esquemático y discutible. Pero el enfoque es para que por lo menos tengan alguna plataforma conceptual precisa para abordar este tema siempre polémico.

Hay un autor francés, Guy Durandin que plantea el problema desde otro punto de vista. Plantea la tríada: Objeto/Conocimiento/Discurso. Y esquematiza sus relaciones de la siguiente manera:



En consecuencia, entre los tres términos existen dos relaciones posibles. La del par VERDAD/ERROR o la segunda VERACIDAD/MENTIRA. Verdad y veracidad no significan lo mismo y hay una actividad subjetiva de un orden distinto a la segunda (intencionalidad). (Guy Durandin: “La información, la desinformación y la realidad”; Editorial Paidós Comunicación, año 1995)

Entre el primero y el segundo puede haber error pero no mentira. En cambio entre el segundo y el tercero allí sí la subjetividad de la construcción discursiva puede tener la intención de engañar. Intencionalidad recalco. Porque

desde el punto de vista de la producción de un texto como lo hemos repetido varias veces, siempre hay posibilidades manipulatorias de las operaciones retóricas sin que esto implique, necesariamente una intencionalidad – un dolo diríamos en el derecho penal – para producir un resultado. A lo sumo, en una mirada más benévola podemos sí admitir que puede tratarse de culpa pero no de dolo o intención.

Planteado los problemas de la verdad en relación con la construcción periodística vamos a establecer relaciones con el antiquísimo arte de la retórica (algunas referencias ustedes ya debieron ver en Borrat). La retórica definida, generalmente como el arte del bien hablar, del bien decir. La actividad práctica extendiendo la retórica y sus elementos a la escritura podríamos plantearla en el interrogante ¿cómo persuadir a los jueces? Cómo demostrar para conmover y convencer. Pero, al mismo tiempo, esta forma en la que un tercero – el juez, los jueces – deben ser convencidos fue materia de investigación por parte de uno de los primeros libros del pensador Michel Foucault.

"La verdad y sus formas jurídicas" – que sintetiza y "cierra" el problema que queremos abordar -, es el título de una obra suya que recopila una serie de conferencias ofrecidas en Brasil. Las exposiciones examinan el origen de las instituciones judiciales y la aplicación de la ley, en relación a la formación de la "verdad".

Voy a resumir extremadamente el trabajo. Foucault, describe primero dos formas o tipos de reglamento judicial, de litigio, querrela o disputa que están presentes en la civilización griega. La primera que se encuentra en Homero y tiene que ver con el enfrentamiento entre dos guerreros. En procedimiento en el que no hay juez, ni sentencia, ni verdad, y tampoco indagación o testimonio que permita saber **quién dice la verdad**. La segunda forma aparece en Edipo Rey. Para resolver un problema que en cierto sentido también es una disputa, un litigio criminal - quien mató al rey Layo - aparece un personaje nuevo en relación con el viejo procedimiento homérico: el pastor. Oculto en su cabaña, a pesar de ser un hombre sin importancia, un esclavo. **El pastor vio y, porque tiene en sus manos ese pequeño fragmento de recuerdo**, porque traza en su discurso el testimonio de lo que vio, puede contestar y vencer el orgullo del rey o la presunción del tirano. El es un tercero testigo.

Son ritualizaciones teatrales que hacen a la historia del derecho. La historia del proceso a través del cual el pueblo se apoderó del derecho de juzgar, de decir la verdad, de oponer la verdad a sus propios señores, de juzgar a quienes lo gobernaban, afirma el autor francés. Grandes formas culturales características de la sociedad griega: la elaboración de formas racionales de la prueba y la demostración: **cómo producir verdad**. En qué condiciones, qué formas han de observarse y qué reglas han de aplicarse. Estas formas son la Filosofía, los sistemas racionales, los sistemas científicos.

En segundo lugar, y en relación con estas formas que hemos mencionado, se desarrolla un arte de persuadir, de convencer a las personas

sobre la verdad de lo que se dice, de obtener la victoria para la verdad o, aún más, por la verdad. En tercer lugar, como ya lo hemos adelantado, está el desarrollo de un nuevo tipo de conocimiento: **conocimiento por testimonio, recuerdos o indagaciones**. Hay un paralelismo evidente con la construcción del texto periodístico. Esto, cabe aclarar, no es una preocupación de Foucault pero es ejemplificativo y útil, en mi opinión para la actividad periodística.

Foucault luego compara con otra genealogía del Derecho: el germánico muy parecido al griego arcaico, al de los guerreros.

No había acción pública, salvo para la traición y la homosexualidad. Dos personajes enfrentados, nunca la intervención de una tercera instancia.

El Derecho Germánico no opone la guerra a la justicia, no identifica justicia y paz, sino por el contrario supone que el derecho es una forma singular y reglamentada de conducir la guerra entre los individuos y de encadenar los actos de venganza.

La composición, era la institución establecida como forma de terminar las hostilidades. El vencido ofrecida algo que debía ser aceptado por el vencedor.

Más avanzado en el tiempo, el sistema de prueba judicial feudal no se trata de investigar la verdad sino más bien de una especie de juego de estructura binaria. Acepta o renuncia a la prueba. La segunda es la que termina en una victoria o fracaso, **la sentencia recién aparece en el siglo XII: la sentencia consiste en la enunciación, por un tercer, de lo siguiente: cierta persona que ha dicho la verdad tiene razón; otra, que ha dicho una mentira, no tiene razón**. Por consiguiente, la sentencia no existe en el derecho feudal; la separación de la verdad y el error entre los individuos no desempeña papel alguno; existe simplemente la victoria o el fracaso. La prueba sirve para nombrar o determinar quién es el más fuerte, no quién dice la verdad.

La prueba judicial es una manera de ritualizar la guerra o trasponerla simbólicamente, una manera de darle ciertas formas derivadas y teatrales de tal modo que el más fuerte será designado, por ese motivo, como quien tiene razón.

El periodismo, como decíamos, implica evocar ciertas técnicas para construir un tipo codificado de relatos.

La noción de técnica no es la que tenemos actualmente. Antiguamente podía estar más relacionada con lo que hoy llamamos teoría. Una técnica es un "arte" en el sentido clásico del término: arte de persuasión, conjunto de reglas de recetas cuya puesta en práctica permite convencer al oyente del discurso (y posteriormente al lector de la obra), aun cuando aquello de lo que hay que persuadirlo sea falso.

La retórica nació de los litigios sobre la propiedad. En uno de los períodos tiránicos en que fueron derrotados los gobernantes hubo que actuar, generar procedimientos, sobre la confusión de las propiedades. Establecer quienes eran los "verdaderos" propietarios.

Resulta curioso comprobar que el arte de la palabra está ligada originariamente a una reivindicación de la propiedad, como si el lenguaje, en cuanto objeto de una transformación, condición de una práctica, se hubiera determinado no a partir de una sutil mediación ideológica (como le ha sucedido a tantas formas de arte), sino a partir de la sociabilidad en su máximo grado de desnudez, afirmada en su brutalidad fundamental, la posesión de la tierra: se comenzó - entre nosotros - a reflexionar sobre el lenguaje para defender las posesiones. En el nivel del conflicto social es donde nace un primer esbozo teórico de la palabra fingida (diferente de la palabra ficticia, la de los poetas: la poesía era entonces la única literatura; la prosa sólo posteriormente accede a este estatuto).

En las discusiones sobre la propiedad había que ser "elocuente", o sea que participaba de la democracia y la demagogia al mismo tiempo. Lo judicial y lo político marcaron el género deliberativo. Corax (no confundir con Corach) que fue discípulo del filósofo griego Empédocles fue el que propone las cinco partes de la oratio que formarán durante siglos el "plan del discurso" oratorio.

1. - El exordio, 2. - la narración o acción (relato de los hechos), 3. - la argumentación o prueba, 4. - la digresión, 5. - el epílogo. Una gran sintagmática: introducción, un cuerpo demostrativo y una conclusión.

La retórica no fue una práctica pacífica. Para Platón había dos retóricas: una mala, la de la ilusión, la verosimilitud. Una buena: la retórica del derecho, filosófica, dialéctica, su objetivo es la verdad.

La verdadera retórica es una psicagogía: exige un saber total, desinteresado, general. Para Platón la cuestión es "pensar en común", una divisa de la dialéctica. La retórica es un diálogo de amor.

La retórica de Platón es divisional - que se opone a la retórica silogística de Aristóteles - se asemeja a un programa cibernético, o también a la estructura paradigmática del lenguaje, cuyos binarios comportan un término marcado y uno no marcado: aquí, el término marcado pone en funcionamiento nuevamente el juego de alternativas. La marca está asegurada por una concesión del respondiente.

La tekhné rhétorike trata del acto de la comunicación cotidiana, la tekhné poietike trata de una evocación imaginaria. En el primero es la progresión del discurso, en el segundo caso, la progresión de la obra. Se fusionan en la Edad Media.

La retórica para Aristóteles es: "el arte de extraer de cualquier tema el grado de persuasión que comporta", o como "la facultad de descubrir especulativamente lo que en cada tema puede ser adecuado para persuadir".

"Más vale un verosímil imposible que un posible inverosímil", es su fórmula más conocida para la construcción poética.

1. - INVENTIO Héuresis	Invenire quid dicas	Encontrar qué decir
2. -DISPOSITIO Taxis	Inventa disponere	Poner en orden lo que se ha encontrado
3. - ELOCUTIO Lexis	Ornare verbis	Agregar el ornamento de las palabras, las figuras
4. - ACTIO Hypókrisis	Agere et pronuntiare	Recitar el discurso como un actor: gestos y dicción
5. - MEMORIA Mneme	Memoria mandare	Aprender de memoria

La inventio remite menos a una invención (de los argumentos) que a un descubrimiento: todo existe ya, lo único necesario es encontrarlo: es una noción más "extractiva" que "creativa".

Convencer/Conmover: una lógica, otra psicológica. Conmover, fidem facere, requiere una probatio (dominio de las pruebas). Conmover (animos impellere).

Pruebas técnicas y pruebas extratécnicas. Pisteis. Hoy se la admite como una condición del conocimiento científico. En realidad debería entenderse como razones convincentes, vías de persuasión, medidas para obtener crédito. Las pruebas ajenas a la tekhné son, pues, las que se escapan a la libertad de crear el objeto contingente; se encuentran fuera del orador (el operador de la tekhné); son razones inherentes a la naturaleza del objeto. Las pruebas que forman parte de la técnica dependen, por el contrario, del poder de raciocinio del orador.

Las pruebas ajenas a la tekhné no pueden ser conducidas - ni inducidas, ni deducidas -, son "inertes" pero se pueden ordenarles, hacerlas valer mediante una disposición metódica.

Son: praeiudicia, sentencia anteriores; rumores, el consenso de la ciudad; las confesiones obtenidas mediante torturas; los documentos: contactos, acuerdos (tabulae); el juramento (iusiurandum): es el elemento de todo un juego de combinatoria, de una táctica, de un lenguaje: se puede aceptar, negarse a jurar, se acepta o rechaza el juramento de otro; los testimonios (testimonia), los testimonios nobles para Aristóteles.

Las pruebas que forman parte de la tekhné: a esos fragmentos del lenguaje social proporcionados directamente, en estado bruto (salvo en lo que se refiere a poner de relieve el valor de un argumento), se oponen los razonamientos, los cuales, ellos sí, dependen totalmente de la capacidad del orador. Entekhnos: quiere decir el producto de una práctica del orador, porque el material es transformado en fuerza persuasiva mediante una operación lógica. Esta operación hablando rigurosamente, es doble: inducción y deducción.

El exemplum: inducción
 El entinema: deducción

Aristóteles hablaba del placer del entinema, ir desde lo conocido hacia lo desconocido, tenía un efecto psicológico.

La hipótesis, ese punto de partida temporalizado y localizado, tiene otro nombre, que ha alcanzado gran prestigio: la causa. Tres tipos de causa, cruzados por los tiempos.

<u>GENEROS</u>	<u>AUDITORIO</u>	<u>FINALIDAD</u>	<u>OBJETO</u>	<u>TIEMPO</u>	<u>RAZONAMIENTO</u>	<u>LUGARES COMUNES</u>
DELIBERATIVO	Miembros de una asamblea	Aconsejar/desaconsejar	Útil/nocivo	futuro	Exempla	Posible/imposible
JUDICIAL	jueces	Acusar/defender	Justo/injusto	pasado	entimemas	Real/no real
EPIDICTICO	Espectadores público	Alabar/censurar	Bello/feo	presente	Comparación amplificadora	Más/menos

Del cuadro anterior solamente me interesa que recuerden los tres tipos de discurso, a qué auditorio estaban dirigidos y que objetivo tenía cada uno de ellos. Lo demás déjenlo de lado.

Lo que sigue es un complemento a lo que ustedes leyeron en el libro de Borrat.

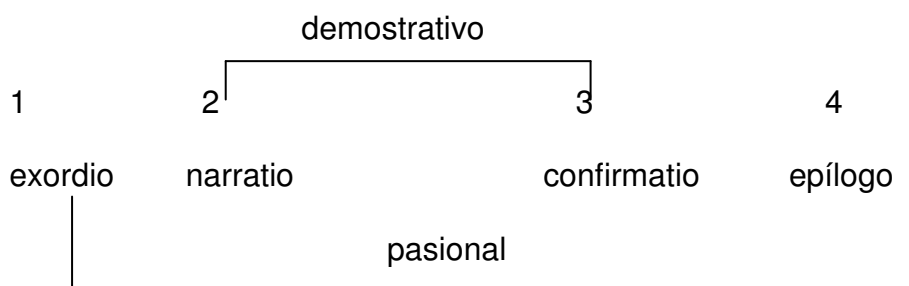
Ethe (ethos): son los atributos del orador (y no los del público que es el pathos); son los rasgos de carácter que el orador debe mostrar al auditorio (no importa mucho su sinceridad) para causar una impresión favorable: son sus aires.

Mientras habla y desarrolla el protocolo de pruebas lógicas, el orador debe también decir incesantemente seguidme (phrónesis); estimadme (areté) y amadme (éunoia).

Pathe: son los sentimientos de los que escucha (no ya del orador), por lo menos tal cómo éste se los imagina.

LA DISPOSITIO: el ordenamiento (tanto en sentido activo y operativo, como en el sentido pasivo, cosificado) de las grandes partes del discurso. La mejor traducción tal vez sea composición, no en el interior de una oración.

Corax ya había establecido tempranamente las grandes partes de un discurso: 1) el exordio; 2) la narración o acción (relato de los hechos); 3) la argumentación o prueba; 4) la digresión; 5) el epílogo.



La solemnización de los comienzos y de los finales, de las inauguraciones y de las clausuras es un problema que sobrepasa a la retórica (ritos, protocolos, liturgias). La oposición del exordio y del epílogo, bajo formas bien constituidas, tiene sin duda algo de arcaizante.

Sin embargo si lo aplicásemos a un texto periodístico les diría que la emoción juega un papel muy importante, al igual que el epílogo. Es la estrategia para captar la atención del lector y para la impronta, al final, que lo narrado ha sido importante. Es la misma estrategia que ustedes pueden observar en cualquier película en la que se represente un juicio oral. El exordio, es la exhortación de lo que se viene a pedir ante el tribunal.

El exordio comprende canónicamente dos momentos: 1) la captatio benevolentiae o empresa de seducción de los oyentes, a los que se intenta conciliar de inmediato mediante una prueba de complicidad.

El epílogo: es algo tan arbitrario como el comienzo. Hace falta, por consiguiente, un signo de que ha llegado al fin, de un signo de clausura. Dos niveles: 1) se trata de recoger y de resumir y 2) el nivel de los sentimientos. Conclusión patética, plañidera. En Roma el epílogo era una ocasión de un gran despliegue teatral.

La narratio: diégesis, es ciertamente el relato de los hechos vinculados con la causa, pero este relato está concebido exclusivamente desde el punto de vista de la prueba, es la "exposición persuasiva de algo que se hizo o que se pretende haber hecho".

La elocutio: una vez encontrados los argumentos y situados en grandes masas en distintas partes del discurso, resta "formularlos en palabras"; tal es la función de esta tercer parte de la tekne rhetorike llamada lexis o elocutio, a la que, abusivamente, hay la costumbre de reducir a la retórica, parte (pero sólo parte) de la Elocutio.

PARALELOS EN LA RECONSTRUCCIÓN NARRATIVA DE LOS HECHOS

Finalmente quiero trazar un cierto paralelismo entre el texto del periodismo escrito y los hitos que hemos visto en cuanto a la reconstrucción de un acontecimiento pasado (objetivo conjunto de la labor periodística y judicial).

Para ser muy concreto me voy a ceñir a cuáles son los métodos probatorios dentro del sistema judicial y cómo aparecen visibles esos paralelismos con la fuerza argumentativa del texto periodístico escrito.

En el ámbito judicial hay diversos tipos de pruebas que se utilizan para alcanzar la "verdad" jurídica que se ponen en juego para que haya un veredicto (establecer verdad) por parte de la auctoritas (aquél que tiene la autoridad para establecer dicho pronunciamiento).

En primer lugar encontramos la prueba de la confesión. En algunos procedimientos se emplea la denominada "absolución de posiciones". Esto establece, cuestiones las partes en pugna reconocen como ciertas, ocurridas y que no necesitarían de mayores elementos probatorios. Esto podría equipararse a lo que realiza, en materia penal, un imputado de delito que confiesa que efectivamente él es el autor de cierto comportamiento punible. O

en un juicio laboral lo que admiten las partes en conflicto: trabajador y empleador. Aunque nadie está obligado a declarar en contra de si mismo, por derecho constitucional, en periodismo podríamos decir que si una fuente reconoce ciertas cuestiones allí estaríamos frente a un actor de los acontecimientos de las cuales pueden deducirse e inducirse ciertas presunciones.

En segundo lugar están los testigos. Son terceros, en general ajenos a los intereses de las partes, pero en los cuales recae la posibilidad de encontrar un relato “objetivo”. También en el campo del periodismo estos podrían ser equiparables a las fuentes. Un empleado que llevó un dinero para pagar una coima, por ejemplo. Aquí habría que hacer una digresión. En el derecho, como dije, se trataría de personas que no “las comprenden las generales de la ley”. Vale decir no son parientes del accionante, ni del accionado (esto tiene un excepción en el derecho de familia. Donde en las cuestiones controversiales como el divorcio, estos testigos pueden ser valorados porque conocen la vida íntima de los actores). Pero en la actividad periodística, si yo estoy investigando un acto de corrupción en la concesión de una actividad mediante una licitación pública, es muy probable que aquellos que no hayan sido adjudicatarios porque no tenían las relaciones con los que dispusieron la licitación se presten a proporcionar datos sobre aspectos que no han trascendido. Obviamente hay que tener mucho cuidado al tratar con este tipo de fuente porque pueden exagerar o mentir para perjudicar a quienes fueron adjudicatarios.

En tercer lugar tenemos la prueba documental. También esto sirve en periodismo para el mayor acercamiento a la “verdad periodística”. Como lo consideramos durante la cursada pueden incluirse en los hechos fácticos indubitables. En un caso de corrupción el hallazgo de un cheque, o de una carta, o la constatación de una llamada telefónica. Sin embargo, siempre advierto cuando se trata de documentos que estos pueden ser objeto de falsificación. Con lo que hay que, otra vez, tener mucho cuidado con que ese documento aparentemente verdadero en realidad sea una “operación” para desprestigiar a un contrincante, a un funcionario. Existen, y yo personalmente en mi actividad profesional he tenido en las manos facsímiles de documentos con sellos y firmas que en realidad eran falsos y que habían llegado de manera anónima para ver si podían “atrapar” la consideración periodística.

En cuarto lugar tienen como pruebas las pericias. En lo judicial pueden ser caligráficas, contables, de dictamen sobre cierta especialidad. O sea, el experto en alguna disciplina que se pronuncia sobre sus saberes. Esto en el equivalente de la actividad periodística podría ser la consulta también a un experto que puede interpretar, agregar elementos, dar opiniones sobre el acontecimiento sobre el cual se está escribiendo la historia.

Para terminar quiero expresarles que estas relaciones están abiertas para estimularlos en paralelismos, comparaciones, transposiciones, en definitiva: pensamiento, elaboración, comprensión. Comprensión tanto de la heterogeneidad de los contenidos que los justificamos al principio de la cursada por tratar de buscar una proporción entre lo teórico, conceptual y la práctica del

oficio o profesión. Por cierto que desde el punto de vista histórico, esta última exposición no es un absurdo o capricho. Estas cuestiones tienen su importancia en núcleos operativos tales como la objetividad consensuada, la narración, la construcción textual, la reconstrucción de hechos como acontecimientos periodísticos y un vasto repertorio de problemas deontológicos sobre el profesionalismo, la responsabilidad y la “verdad periodística”. Esta clase es el final del curso pero guarda la ilusión de ser disparadora de vuestras propias reflexiones y elaboraciones. De viejos y nuevos problemas. Por eso como lo vengo haciendo hace años, les adjunto al presente dos placas que reflejan los títulos aparecidos casi día a día en el diario francés **Le Moniteur**, cuando Napoleón escapó de su prisión en la isla de Elba, reorganizó su ejército y, tras marchar sobre París, da comienzo a su periodo de gobierno conocido como “de los Cien Días” ya que es definitivamente derrotado en la batalla de Waterloo en junio de 1815. Tres meses antes el diario citado tituló como verán en el adjunto, no conozco cuáles fueron los títulos después de su derrota.

Decía añejas y actuales prácticas en el periodismo. Pese a lo cual es, tomando el título del discurso de Gabriel García Márquez algunos de cuyos párrafos examinamos al principio del curso: “El mejor oficio del mundo”. Muchas gracias, y éxito en las evaluaciones.