

LA COMUNICACIÓN: ENTRE LA VERDAD Y LA MENTIRA

Alfredo Mason
Universidad del Salvador (Argentina)

Uno de los dilemas éticos más importantes que nos presenta hoy la comunicación en nuestro país es el hecho de haber sido relativizado el valor de la verdad y el correspondiente disvalor que porta la mentira. Cuestión que no se ha generado de la manera tradicional, como herramienta de dominación social de un gobierno autoritario, sino que lo novedoso es que el problema se genera desde la misma empresa periodística (1).

Tribuna de doctrina

Cuando aparece *La Nación*, el 4 de enero de 1870, su fundador –Bartolomé Mitre– lo define como *tribuna de doctrina*. Ello constituye una sinceridad intelectual que hoy carecen muchos medios de comunicación, pues hacía explícito que ese era un órgano periodístico que expresaba un proyecto político y económico, con una concepción ideológica desde la cual se concebirá y nombrará a la realidad.

¿Qué cosa es la doctrina? La doctrina es lo tácito, *la mano invisible* que ordena y da sentido al discurso. Para comprender ese ordenamiento, sea él lo que fuere, tenemos que reflexionar sobre la totalidad del discurso (2). En términos gráficos podríamos decir que se analiza desde el titular hasta el humor de la última página, sabiendo de antemano que no podemos admitir la neutralidad axiológica, pues si la ética implica un juicio, la ausencia de éste es la anulación o el ocultamiento de nuestra capacidad reflexiva.

El tratamiento que se da a la comunicación nos permite traer a colación aquello que Martín Heidegger dice comentando a Platón: *mas aquello sólo presuntiva y propiamente real, lo inmediatamente visible, audible, aprehensible, calculable, es siempre, según Platón, la silueta de las ideas y, en consecuencia, una sombra. Esto más próximo y, sin embargo, semejante a sombra, tiene al hombre cotidianamente en cautiverio. Él vive en una prisión y deja tras de sí a todas las «ideas». Y en virtud de que no reconoce en modo alguno a este cautiverio como tal, tiene a este recinto cotidiano bajo la bóveda del cielo por el teatro de la experiencia y de la apreciación que exclusivamente imparten la medida a todas las cosas y relaciones, y la regla para su organización y fijación* (3).

El abandono de este camino de inautenticidad requiere de un proceso de desocultamiento, *al que los griegos llamaron alétheia (ἀλήθεια), vocablo que se traduce por «verdad», y «verdad» significa desde hace largo tiempo para el pensar occidental la congruencia de la representación mental con la cosa: adæquatio intellectus et rei [...] se distingue el vocablo por la alfa privativa de su formación, a-létheia. Verdad significa primariamente lo arrancado con lucha a la ocultación en que yacía. De modo que verdad es ese arrancar con lucha y siempre en la forma de un desentrañar. La ocultación por lo demás puede ser de diversos modos; a saber: encierro, preservación, embozo, encubrimiento, velación, disimulación. Y puesto que, conforme a la*

«alegoría» platónica, lo desoculto máximo tiene que ser arrancado con lucha a una baja y obstinada disimulación, es por lo que también el desplazamiento de la caverna al aire libre bajo la luz diurna es una lucha a vida o muerte (4). Pues la trama donde aparece esa lucha no es otra cosa que una disputa por el poder.

La *sociedad de la comunicación*, hace tiempo denunciada como farsa, comienza a constituirse como tragedia. Ella está asentada en un desarrollo tecnológico incorporado masivamente en los años noventa (5), como herramienta por la cual consolidó su hegemonía el neoliberalismo (6). Ese proceso tuvo como consecuencia deseada el desprestigio de la política y su consecuente abandono de vastos campos de la realidad. Amplios sectores de la sociedad permitieron la ocupación de esos espacios por parte de los medios de comunicación (7), los cuales se fueron transformando en factores de poder casi hegemónicos. Claro está que no son los periodistas los detentadores de ese poder, sino las corporaciones empresarias, que por su propia esencia buscarán ordenar ese espacio –otrora ordenado por la política– desde las «leyes» (intereses) del mercado.

El primer axioma que presenta el neoliberalismo (8) es la muerte de las ideologías, ficción que sostiene un futuro sin conflictos (9), basado en una promesa de igualdad fundada en la constitución de esa sociedad de la comunicación (10), construyendo como arquetipo de la nueva era al consumidor como un ser pasivo que se «informa» por los medios y es consultado por las encuestas.

El discurso hegemónico

Este pasaje de la política al mercado tuvo como consecuencia que la noticia y la transmisión de lo veraz dejen de tener valor ético para transformarse en mercancía, donde lo valioso no es su contenido informativo, sino el impacto que produce. Aparece así la «espectacularización» del discurso periodístico. Precisamente, «espectáculo» (del latín *spectaculum*) significa una acción que produce escándalo o extrañeza, o sea, que en la transformación discursiva de la que hablamos, ya no es tan importante el contenido veraz de la información y su transmisión, sino el efecto que produce. Y esto es válido para todas las noticias que hacen al flujo informativo que alimenta a los miembros del cuerpo social. En ese proceso están presentes tanto la información del Servicio Meteorológico como de una empresa, un club de fútbol, un sindicato, la intendencia de un remoto pueblo del interior, una ONG, las declaraciones públicas de un legislador y las acciones del Gobierno.

Esta propuesta de transformar la información en espectáculo es el derivado de la concepción consumista que el neoliberalismo propone como «filosofía social», que siguiendo la lógica del mercado, concibe a los ciudadanos como consumidores; por lo tanto, la información periodística no es la nutriente de la opinión pública, sino una mercancía intangible que requiere un elaborado packing. Pero no solo es eso. Si el periodismo produce esa transformación «espectacular», la acompaña con una resignificación de lo que otrora fuera la opinión pública, ahora convertida en una relación entre espectáculo y espectadores. Lejos de ser esto un juego de palabras, ello expresa un cambio que deja a los ciudadanos, sujetos activos alimentados por

la opinión pública en sujetos pasivos, desligados de la realidad, sobre la cual ya no operan. La imagen es capaz de producir rápidamente un efecto –donde el sonido puede aumentarlo– que deja a la palabra en un segundo plano y genera la sensación –ficticia, por cierto– de estar frente a la realidad «tal cual es», buscando no facilitar reflexión alguna. En este esquema, cumple un papel fundamental la televisión, que ha reemplazado en gran medida, a los diarios y la radio como medio informativo. Así, las demandas del *rating* hacen funcionar la máquina de los medios, que, a estas alturas, no es otra cosa que la máquina social.

Este armado ficcional que responde a esa espectacularización mediática cubre todo el espectro informativo con su misma lógica, donde la mentira, aparece como el ejercicio de una *facultad asombrosa de decir lo que no es* y de crear por la palabra, un mundo del cual es el único autor y responsable (11). Pero de esa construcción ficcional se desconoce su emisor, se ha desvanecido la «tribuna y la doctrina» desde donde se jerarquizó un hecho sobre otro, o desde donde se fijaron prioridades. Ello hace que en un sentido lato del término, las corporaciones multimedios sean «conspirativas», pues guardan un secreto que se relaciona precisamente, con los objetivos de su acción; objetivos que justamente debe disimular para poder alcanzarlos y que solo son conocidos por aquellos que «están en la cosa». Y si bien esto es una conspiración a la luz del día, de ninguna manera es una excepción a esta descripción, pues si bien no constituyen una sociedad secreta, son una sociedad «con» secretos (12).

Daremos unos ejemplos: siguiendo una tradición de «operaciones de prensa» que inaugura «Garganta profunda», con el escándalo de Watergate, aparece la «filtración» de WikiLeaks (13), que en realidad no revela –al menos respecto de nuestro país– información inesperada o insospechable. Sí mostró, claramente, la forma en que se representa la realidad el gobierno de los Estados Unidos, y los factores de poder que en Argentina utilizaron como herramientas de presión.

Uno de los ejemplos al respecto es aquel donde la Embajada estadounidense informa que *el estilo operativo y de toma de decisiones personalistas, a menudo erráticas, del presidente Néstor Kirchner, define la gestión política en la Argentina y está caracterizado por concentrarse en medidas políticamente efectivas y de corto plazo para la acumulación y mantenimiento de poder político local*. (14) Otro de los ejemplos más recientes nos informa que para la embajadora de Estados Unidos en Buenos Aires, Vilma Martínez, *el conflicto que se desató a fines de 2009 y principios de 2010 por el uso de las reservas del Banco Central para pagar vencimientos de la deuda externa mostraron, una vez más, cómo en la política argentina reina «la falta de respeto por los límites institucionales», amén de que los Kirchner, para la diplomática, volvieron a comportarse «con furia y paranoia»* (15).

Decir que hay insolencia en el tono y parcialidad en los temas es casi lo obvio, recordándonos una vieja humorada de los sesenta, que sostenía que en los Estados Unidos nunca hubo golpes de Estado... porque en Washington no existía Embajada norteamericana. Pero no son esas opiniones las que merecen preocupación, pues la política oficial de aquel país no siempre coincide con las opiniones de sus embajadores.

Sí merece nuestra reflexión, cómo se condice esa forma de pensar que expresan los informes, con la posición desde la cual abordan luego los periodistas funcionales a los medios monopólicos, los temas (16). Por ejemplo, Silvia Pisani –corresponsal de *La Nación* en Estados Unidos (17) – o Ana Barón –corresponsal en Washington de *Clarín* (18)– inventando que en los Estados Unidos, el hecho de retener material no declarado que se encontraba en un avión del gobierno de ese país, tuvo una trascendencia, que no se reflejó en la primera plana de los periódicos, revistas, comentarios de TV y en la radio, en inglés, de las grandes ciudades como Nueva York, Chicago, Washington, Los Ángeles, Huston o Boston. Su único objetivo fue montar sobre ello una crítica al Gobierno. Sí fueron ocultadas, por ambos diarios, las declaraciones que vertiera WikiLeaks, realizadas por Mauricio Macri, quien *cuestionó la política exterior, antes de pedirles a los diplomáticos [estadounidenses] que adopten una postura más dura con el Gobierno* (19).

Otro ejemplo, esta vez de cabotaje, lo encontramos en *La Nación* (20), que publica un editorial donde sostiene, entre otras cosas, que *un nutrido grupo de funcionarios públicos y la propia Presidenta de la Nación vienen denunciando la presencia de trabajo esclavo, al que serían sometidos trabajadores rurales migratorios, contratados por empresas trasnacionales y también nacionales. Como lo señaló esta columna editorial en enero último, nada más ajeno a la realidad y en cambio más cercano a la utilización política y electoral, un derrotero que el Gobierno viene siguiendo con toda vehemencia y perversidad desde el inicio de las administraciones kirchneristas. Se explica entonces dada la condición de trabajo temporario, que las condiciones de habitación de estos trabajadores no dispongan de las comodidades habituales en el trabajo rural permanente: se alojan en casillas transportables o carpas especiales; reciben agua potable, comida y normas de higiene y de seguridad según disposiciones vigentes; salarios en blanco y cargas sociales conforme a la ley, con herramientas de trabajo a cargo de las empresas. Sin perjuicio de tratarse de una labor exigente, nada justifica las calificaciones de tal infierno laboral [...] Este «infierno» inventado se ve favorecido por la redacción del artículo 145 bis del Código Penal (21), muy ambigua, que abre un campo propicio para el análisis subjetivo y la arbitrariedad, campo en el que se inscriben las diatribas oficiales, conculcando el principio de legalidad que exige la norma penal clara, cierta, escrita y taxativa.* Lo que estas palabras no pueden cambiar son las imágenes que algunos canales de televisión –que no son parte del monopolio– mostraron, más los testimonios de la Policía bonaerense, los agentes de la AFIP y el Ministerio de Trabajo de la PBA.

Esta misma técnica, que utiliza la falsedad o el ocultamiento para construir una imagen ficcional de la realidad se precipita sobre el conjunto de la comunicación y su discurso, pues de eso se trata la hegemonía y el control social. Vale como ejemplo de ello y sus consecuencias mostrar cómo, hace un tiempo, podíamos elegir si consumíamos chatarra televisiva o si la dejábamos pasar, pero eso cambió: hemos perdido la libertad de elegir. Hoy cualquiera se levanta a la mañana, sale al mundo y ya sabe que, en algún momento, por lateral que ese momento sea, se va a cruzar con Ricardo Fort. Lo que ha cambiado es el vector: ya no somos nosotros los

que vamos a la televisión, ahora es la televisión la que viene y nos envuelve, se quiera o no. La basura se ha vuelto ubicua, y esta ubicuidad es el primer rasgo para comprender las articulaciones del vínculo entre el universo mediático y la sociedad sobre la que se expande vorazmente, presentando el sinsentido como valor. Y así, este personaje casi-ficticio llamado Ricardo Fort puede presentarse organizando una selección de jóvenes para ser su novia, y que un montón de chicas del conurbano vengan al piso de Tinelli a demostrar que tienen todos los dientes es un espanto y humillación a la condición de mujer indefendible, pero así es como avanza esta forma de operar de los medios concentrados, sin detenerse en los avatares de la culpa y probando todo el tiempo los límites (22).

Esta es una forma perversa de operar, llamada manipulación y que es condenada como mala praxis periodística por cualquier código de ética. La perversidad está marcada por el ocultamiento de los verdaderos intereses corporativos, la esencia misma de lo conspirativo que busca una «máscara» con el objeto de mostrar lo que no se es. La «representación» que se monta a partir de la manipulación y sostenida por el fraude, tiene como opuesto a la «verdad», en un sentido ontológico y no meramente lógico.

Esto también ha tenido un influjo sobre los intelectuales que, dejando de lado la importancia de la socialización del pensamiento por medio de su organicidad política, se han transformado en «pensadores críticos», olvidando la tradición de John William Cooke o Leopoldo Marechal para transformarse en Tomás Abraham o Mario Bunge.

Las consecuencias del discurso falso

Las consecuencias de este proceso van mostrando un progresivo deterioro en la credibilidad de la información. La sociedad comprueba todos los días que le llega *pescado podrido*, información deliberadamente deformada, presentada como verdad. Lo peligroso de las noticias que se ocultan, parcializan o niegan a otras, es que terminan afectando no solo al periodista o al medio sino al sistema todo. Veamos un ejemplo.

El diario *La Nación* publica una nota titulada «Publicidad oficial: el 47%, a dos grupos editoriales afines», donde sostiene que *El grupo Ámbito Financiero, controlado por el empresario Orlando Vignatti, recibió \$ 15,5 millones; un tercio de esa cifra fue aportado por el diario Buenos Aires Herald (editado en inglés). La ANSES es uno de los anunciantes más fieles al Herald: en 2010 ese organismo publicó avisos institucionales casi diariamente en ese medio* (23). Por su parte, *Ámbito Financiero* titula: «El diario *La Nación* miente y falta a la lealtad comercial», sosteniendo que: *El diario La Nación, ayer, en un artículo referido a la distribución de la publicidad oficial, en el que menciona a los diarios Ámbito Financiero y Buenos Aires Herald, falsea datos, engaña a sus lectores y revela una manifiesta mala intención. Lo hace en varios pasajes. Es curioso, por ejemplo, que cite a esta empresa editorial como «Grupo Vignatti», metodología que no usa para referirse a sí mismo o al diario Clarín. ¿Por qué no dice Grupo Saguir? ¿O Grupo Noble-Magnetto? Parece, a priori, un recurso para inducir negativamente a sostener sus mentiras* (24). La evidencia de un mensaje construido sobre una

manipulación es mostrada por otro medio, independiente –en este caso– del Gobierno. De esto hablamos cuando afirmamos que hay una intención de mentir, ocultar o deformar.

Esta impunidad para mentir o disfrazar no es arbitraria. Al igual que los argumentos de algunos políticos que plantean catástrofes (25) que nunca se confirman o comprueban, dirigentes de sectores sociales productivos que vaticinan hechos para producir temor, cuando en realidad defienden intereses sectoriales (26), como también el ocultamiento (27) obedece a un claro objetivo: anteponer los intereses políticos y económicos de los grupos concentrados de poder, a las expectativas y esperanzas del conjunto de la comunidad.

Esta perversidad de la manipulación se manifiesta también en la aparición de un doble discurso. Tomemos el caso del Presidente de la Sociedad Rural: en público trata de infundir miedo anunciando la falta de carne y trigo, pero aparece un discurso «oculto» que sirve para definir la conducta «fuera de la escena». Este último está constituido por las manifestaciones lingüísticas, gestuales y prácticas que contradicen lo que aparece en el discurso público (28). En el caso que analizamos, tiene dos características fundamentales: en primer lugar, es específico de un espacio social determinado y de un conjunto particular de actores (los empresarios agrícola-ganaderos de la Pampa húmeda); y en segundo lugar, no solo constituye un discurso sino que contiene una extensa gama de prácticas desarrolladas a lo largo del tiempo que niegan o contradicen el discurso público: la producción de trigo en la campaña 2010/2011 –según la Bolsa de Cereales de Buenos Aires– sería un 37.8% superior a la del 2009/2010 (29), durante el 2010 se exportaron carnes por 1500 millones de dólares (30). Falta agregar el hecho que quienes sembraron el trigo y vendieron la carne son los miembros de la Sociedad Rural.

Hemos sostenido que la aparición de los medios de comunicación como factores de poder principales resulta un elemento novedoso. Ellos acompañaron sucesos políticos o aparecían como «tribuna de doctrina», pero ahora aparecen como los motores de un proceso. Paradójicamente, una de las primeras víctimas de esta situación son los periodistas. Nadie como ellos sabe del funcionamiento de este proceso tramposo que lleva implícitos una profunda subestimación y un desprecio de la opinión pública, tras el supuesto de la inexistencia de reflexión por parte de ésta.

Esto requiere de una metodología que incorpore la posibilidad de manipular la verdad y la falsedad de tal manera que permitan concurrir a generar la respuesta buscada de parte de la opinión pública. Para ello, el discurso hegemónico debe hacer desaparecer el sentido común, que supone una visión ética y política de la realidad.

El sentido común es el hábito de un sujeto concreto, que en lo que respecta a la comunicación, es la ciudadanía –el Pueblo de una Nación en el libre ejercicio de sus derechos políticos– y su expresión es la opinión pública. Cuando esta última se desea manipular, se busca eliminar el sentido común para lo cual, se crea un sujeto abstracto: *la gente* y su expresión será el resultado de las encuestas. O sea, es un sujeto artificial; una suerte de *golem* creado desde el factor de poder comunicacional para atribuirle, como a cualquier personaje de una ficción, un

discurso, el cual será replicado por todos los medios propios de la corporación, presentándose como una opinión colectiva. A eso llamamos *discurso hegemónico*.

Informar con veracidad

Tanto los códigos de ética profesional como las opiniones reputadas al respecto coinciden que el periodismo debe comunicar en forma veraz, y la veracidad es el deseo de la verdad. Ello tiene una serie de supuestos.

En primer lugar, el sujeto –cualquiera sea éste– al decir la verdad se manifiesta ante sí y los otros como alguien capaz de transmitir un conocimiento de lo que en términos generales llamaremos la realidad. Si esto aparece como hábito permite construir una autoridad respecto de aquel que profiere un discurso verdadero. Precisamente, la veracidad da a la relación entre saber y poder, un procedimiento por el cual se gobierna la conducta de los hombres, colocando a gobernantes y gobernados en un pie de igualdad ética (31).

En segundo lugar, y directamente ligado con lo anterior, identifica el reconocimiento de la igualdad ética en la dignidad del interlocutor, a quien se considera merecedor de un discurso veraz (32).

Sobre estos supuestos se monta el valor más importante de una sociedad democrática: el de la credibilidad o, en otras palabras, la confianza que ella se tiene a sí misma, sobre lo cual puede construir su institucionalidad, la justicia social, su identidad cultural, la integración de su población sin racismo o xenofobia y la libertad de expresión. El proceso de construir la credibilidad se genera sobre la base de la información sobre los hechos públicos. Cuanto más veraz sea la información sobre ellos, mayor fortaleza tendrá una comunidad. Podríamos decir, que en ese caso, se ha aceptado hablar con franqueza.

Esos hechos son producto del accionar de sujetos públicos y la información veraz que se requiere sobre ellos es aquella que le permite al ciudadano y a la comunidad ubicarse en los distintos planos de su realidad para saber actuar. Tal como expresa el *Código Europeo de Deontología del Periodismo: los medios de comunicación efectúan una labor de «mediación» y prestación del servicio de la información y los derechos que poseen en relación con la libertad de información, están en función de los destinatarios que son los ciudadanos* (33). Dentro de un sistema democrático no habrá lugar para que los medios de comunicación se presenten como «perro guardián», ya que el cuidado del sistema de gobierno es propio de los ciudadanos, del Pueblo y no de las corporaciones.

Conclusión

La posibilidad de corregir esta disfunción en que han caído los medios de comunicación en nuestra sociedad debe partir del reconocimiento de que quien posee *el derecho de publicar sus ideas por la prensa* (34) es la ciudadanía, la cual aun poseyendo mayoría y minorías en lo que hace a sus visiones políticas, es indudablemente plural. Por lo tanto, toda existencia de un discurso hegemónico es, esencialmente, anti-democrática.

Muy equivocados estaríamos si pensáramos –como algunos pretenden confundirnos– que la esencia de la democracia es el consenso, obteniendo como resultado una nueva caída en un discurso único. Pues quienes sostienen esta falacia (35) no son los representantes de la ciudadanía –o para usar la frase aristotélica, al menos de su mayoría–, sino quienes expresan los intereses de grupos económicos monopólicos, que entienden el consenso como la aceptación de los intereses de una minoría. Para quienes así piensan, aun la mayoría debe deponer sus principios, pues si no, a través de los medios de comunicación, será acusada de buscar la confrontación, de generar crispación en la sociedad.

La democracia, por el contrario, es el sistema que permite el disenso, no en términos de beligerancia entre enemigos, sino de libre y respetuosa confrontación entre adversarios con convicciones, pero respetuosos del sistema democrático que impone que la mayoría manda y las minorías acompañan, aun críticamente.

La fuente del legislador, cuando elabora la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522/010), será una concepción plural de la sociedad y no una concepción uniforme, por eso dirá que uno de los objetos de esta ley es *el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación* (artículo 1º).

En las primeras líneas decíamos citando a Heidegger: *Verdad significa primariamente lo arrancado con lucha a la ocultación en que yacía*. La Ley de Comunicación Audiovisual es parte de esa lucha, que busca garantizar una pluralidad de opiniones, porque la verdad nunca surge del monólogo sino del diálogo, por eso la importancia de que no solo esté *A dos voces* –¿La de *Clarín* y *La Nación*?– sino que también esté 6-7-8, y así todos nosotros podemos comparar las distintas visiones que se tienen sobre un hecho.

Y para quienes siguen endilgando que con esto se divide la sociedad, se produce crispación, les recordamos a don José Gervasio de Artigas: *con la verdad ni ofendo ni tema*.

Notas

(1) Diversos códigos de Ética Profesional dan cuenta de este fenómeno en distintos países, como por ejemplo, el *Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile*; el *Código de Ética y responsabilidad del periodista del Círculo de Periodistas de Bogotá* y el *Código Europeo de Deontología del Periodismo*.

(2) HEIDEGGER, Martin. *La doctrina de Platón acerca de la verdad en Cuadernos de Filosofía* Buenos Aires (1953)7 p. 35.

(3) HEIDEGGER, Martin. *op. cit.* p. 39.

(4) HEIDEGGER, Martin. *op. cit.* p. 43.

(5) MASON, Alfredo *Aproximaciones al tema del poder transnacional en Identidad cultural, ciencia y tecnología*. Buenos Aires. Fernando García Cambeiro Editor. 1987 pp. 51-84.

(6) MASON, Alfredo. *Pensando lo global y lo local: tecnología y globalización en Conflicto, tecnología y sociedad*. Lomas de Zamora. Universidad Nacional de Lomas de Zamora. 2009 pp. 15-29.

(7) Era bastante común escuchar a quienes participaban de una protesta, que antes que a las instituciones pertinentes, el reclamo debía hacerse frente las cámaras de televisión; a su vez, los políticos adecuaban sus discursos a la línea

editorial de los medios de comunicación, para así poseer, al menos virtualmente, una existencia pública, basándose en que si no se mostraba en los medios no existía.

(8) Adam Przeworski dirá que el neoliberalismo *en el momento que se impuso era una fantasía matemática consistente lógicamente*. *Clarín*. Buenos Aires. 18.11.2001.

(9) La realidad se encargó de demostrar, precisamente, el carácter ficcional de tal aseveración.

(10) Los fundamentos de este proyecto político se lo encuentra en APEL, Karl O. *Transformation der Philosophie*. Frankfurt. Lehmann. 1976; HABERMAS, Jünger *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona. G. Gili. 1981 y *Three normative models of democracy* en *Lingua ac Communitas*. Poznan (1994).

(11) KOYRÉ, Alexander. *Reflexiones sobre la mentira*. Buenos Aires. Leviatán. 2009 p. 19.

(12) KOYRÉ, Alexander. *op. cit.* pp. 61-63.

(13) A los argentinos, acostumbrados a «operativos de prensa» y luchas internas salvajes, nos cuesta pensar en «filtraciones anónimas» o formas de neutralidad axiológica, donde estas acciones se realizan en nombre del «amor a la humanidad». Preferimos pensar que las acciones políticas tienen una intencionalidad y un objetivo final que las guían, que podrá no ser explícito, pero es el dador de sentido.

(14) *La Nación*. Buenos Aires 2.12.2010.

(15) *Clarín*, Buenos Aires 7.3.2011.

(16) Aquí parece asomarse Arturo Jauretche con su distinción entre *guarangos* y *tilingos*.

(17) *Los dos episodios de estas últimas semanas son mensajes poderosos [...] Se refiere a la incautación del material que llegó a bordo de un avión norteamericano en misión de entrenamiento y a la decisión del canciller Héctor Timerman de endilgar a los Estados Unidos el papel de exportador de técnicas de tortura en la región* (*La Nación*, Buenos Aires 20.2.2011).

(18) Para esta periodista, el ejercicio soberano de nuestro país es incorrecto, pues así se lo dijo una fuente desconocida del Congreso de EE. UU.: *como (Héctor) Timerman no se da cuenta de que todo el trabajo que hizo como embajador para neutralizar los lobbies, y fundamentalmente ATFA (el lobby de los fondos buitres) ahora lo que está haciendo en tanto que Canciller no hace más que favorecerlos* (*Clarín*, Buenos Aires 26.2.2011).

(19) *Página 12*. Buenos Aires 22.2.2011. Declaraciones que se condicen con lo que expresan las *Cartas de Lectores* de *La Nación*: *la falta de fortaleza de los EE. UU. se demuestra en su actitud ambivalente. Deberían responder con la suspensión de los múltiples programas de desarrollo que financian diversas instituciones. Suspender toda otra colaboración de seguridad y ante todo financiera. Que lo hagan ya, pero en secreto. Si no les ayudan en la reelección, sería un desastre* (*La Nación*, Buenos Aires 20.2.2011).

(20) *La Nación* Buenos Aires, 5 de febrero de 2011.

(21) *El que capture, transportare o trasladare, dentro del país o desde o hacia el exterior, acogiere o recibiere personas mayores de dieciocho años de edad, cuando mediare engaño, fraude, violencia, amenaza o cualquier otro medio de intimidación o coerción, abuso de autoridad o de una situación de vulnerabilidad, concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre la víctima, con fines de explotación, será reprimido con prisión de tres (3) a seis (6) años.*

(22) SESELOVSKY, Alejandro. *Trash. Retratos de la Argentina mediática*. Buenos Aires. Norma. 2010.

(23) *La Nación* Buenos Aires. 20 de enero de 2011.

(24) *Ámbito Financiero* Buenos Aires. 21 de enero de 2011.

(25) El modelo más acabado de ello es Elisa Carrió: *Me quieren liquidar* (*Clarín*, 8.12.2003); *Vamos a la implosión del esquema de poder* (*Clarín*, 26.4.2004); *Hay una crisis de gobernabilidad en vastos sectores del país (y el clima político) está muy enrarecido* (*Clarín*, 30.6.2005); *En esta división, en este enfrentamiento, en este odio no podemos vivir treinta años más porque nuestros hijos van a matarse entre ellos de nuevo [...] Esto no incluye sólo el tema de los 70, sino que incluye los enfrentamientos con distintos sectores sociales, con los ganaderos, con la Iglesia, con los judíos* (*Clarín*, 15.10.2006); *Si seguimos así, vamos a una recesión* (*Clarín*, 2.10.2007); *Este proceso es distinto al 2001, es una crisis por exceso de poder, que está en los manuales de todos los pequeños tiranos. Como en la figura del parto, va a haber dolor y alegría* (*Página 12*, 14.5.2008); *Es terrible, fascismo puro. No se pueden violar los derechos humanos en nombre de los derechos humanos. Es un instrumento de venganza personal* (*La Nación*, 16.10.2009); *¿Es muy loco lo que pasa acá, están todos mal? o yo estoy a contramano de todos* (*La Nación*, 6.11.2010); *El 30% del presupuesto nacional se va en corrupción* (*A dos voces, TN*, 12.1.2011).

(26) El presidente de la Sociedad Rural Argentina, Hugo Biolcatti, sostuvo que *la Argentina va a celebrar el Bicentenario comiendo carne uruguaya* (*La Nación*, 9.6.2009) y a pesar que se exportó carne y el trigo fue una cosecha récord, repitió: *Nunca faltó pan ni carne ni leche en la mesa de los argentinos. Va a faltar, aunque me tilden de agorero, si continúa esta política de desestímulo a la producción, como ha sucedido con la carne* (*La Gaceta de Tucumán*, 30.1.2011).

(27) Dos premios Nobel de Economía, ambos heterodoxos y críticos acérrimos del neoliberalismo, Paul Krugman y Joseph Stiglitz, elogiaron a la Argentina desde las páginas del diario *El País*, editado en Madrid. La nota de Krugman – ¿Tiene salvación Europa?– salió en la sección de Economía mientras que la de Stiglitz –Contra toda esperanza, la esperanza de 2011– en Tribuna (*El País*, 16.1.2011). Nadie, a excepción de Eduardo Anguita, reflejó ese hecho (*Miradas al Sur*, 23.1.2011).

(28) MARTI i PUIG, Salvador. *WikiLeaks y América Latina: el «discurso oculto» de los poderosos en Nueva Sociedad*. Caracas (2010).

(29) *Infocampo* 3.12.2010.

(30) http://www.abc-consorcio.com.ar/download/110225_013908expo%20enero2011.pdf

(31) FOUCAULT, Michel. *El coraje de la verdad*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica. 2010 p. 27.

(32) PIEPER, Joseph. *La fe ante el reto de la cultura contemporánea*. Madrid. Rialp. 1980.

(33) *Código Europeo de Deontología del Periodismo*, artículo 7.

(34) La libertad de prensa, según nuestra Constitución Nacional, y fijada en su artículo 14, deja claramente expresado que el sujeto de esta son los ciudadanos y no los medios de comunicación.

(35) El liberalismo y el neoliberalismo sostienen una oposición individuo-estado por encima del reconocimiento de cualquier otro sujeto de derecho autónomo que no sea la individualidad jurídica, abstracta y legalmente definida, y la autoridad estatal despersonalizada. Podemos preguntarnos entonces ¿de dónde salen los criterios normativos? Así como el tráfico de la mercadería genera la riqueza, la racionalidad calculadora buscar en el *tráfico de opiniones* la verdad, que será a partir de ello, fruto del consenso. Pero, de la misma manera que en el tráfico de mercancía, no tiene el mismo poder dentro del mercado el que ofrece y el que compra, en el tráfico de opiniones tendrá más poder para fijar lo consensuable aquel que posee mayor influencia y medios a la hora de comunicar, o sea, los grupos de poder concentrado.

Bibliografía

FOUCAULT, Michel. *El coraje de la verdad*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica. 2010.

HEIDEGGER, Martin. *La doctrina de Platón acerca de la verdad en Cuadernos de Filosofía* Buenos Aires (1953).

KOYRÉ, Alexander. *Reflexiones sobre la mentira*. Buenos Aires. Leviatán. 2009.

MARTI i PUIG, Salvador. *WikiLeaks y América Latina: el «discurso oculto» de los poderosos en Nueva Sociedad*. Caracas (2010).

MASON, Alfredo. *Aproximaciones al tema del poder transnacional en Identidad cultural, ciencia y tecnología*. Buenos Aires. Fernando García Cambeiro Editor. 1987.

MASON, Alfredo. *Pensando lo global y lo local: tecnología y globalización en Conflicto, tecnología y sociedad*. Lomas de Zamora. Universidad Nacional de Lomas de Zamora. 2009.

PIEPER, Joseph. *La fe ante el reto de la cultura contemporánea*. Madrid. Rialp. 1980.

SESELOVSKY, Alejandro. *Trash. Retratos de la Argentina mediática*. Buenos Aires. Norma. 2010.

Diaris

La Nación. Buenos Aires.

Clarín. Buenos Aires.

Página 12. Buenos Aires.

Ámbito Financiero. Buenos Aires.

La Gaceta. San Miguel de Tucumán.

El País. Madrid.

Miradas al Sur. Buenos Aires.