

UNIDAD
DIDÁCTICA

7

ÉTICA DE LA CIUDADANÍA ANTE LA INFORMACIÓN

OBJETIVOS DE LA UNIDAD

1. Introducción
2. Una evidencia: la sociedad está mayoritariamente desinformada
3. Las seis caras de la desinformación periodística
 - 3.1. Una visión parcial y superficial de la realidad
 - 3.2. Una acumulación de hechos sin sentido
 - 3.3. Una idolatría de la actualidad
 - 3.4. Una visión artificial de la realidad
 - 3.5. La omisión de lo esencial y otras omisiones
 - 3.6. La sacralización de la opinión
4. La manipulación de las masas y el amarillismo de la sociedad
5. El gran reto educativo del siglo XXI: la educación del sentido crítico ante los medios
 - 5.1. Los abogados de la causa y sus planteamientos
 - 5.2. Criterios, pautas y métodos pedagógicos
 - 5.3. La «autoformación» de los ciudadanos que van a ser periodistas

CONCEPTOS BÁSICOS A RETENER

LECTURAS RECOMENDADAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



OBJETIVOS DE LA UNIDAD

- Conocer las causas de la desinformación periodística.
- Comprender cuál es el papel de la audiencia ante los medios de comunicación.
- Analizar el papel de la educación de las audiencias para el trabajo ético de los medios de comunicación.
- Analizar las pautas pedagógicas para la formación crítica de la sociedad.
- Comprender cómo deben formarse las personas que quieran dedicarse al periodismo con responsabilidad.

1. INTRODUCCIÓN

Como ya sabemos, una cosa es el **periodismo** y otra la **información periodística**. El periodismo es una determinada actividad humana, mientras que la información periodística es su contenido y su resultado práctico. Por eso, para que se realice efectivamente, es necesario no solo que los periodistas hagan bien su trabajo, sino que cuenten con los modos y medios pertinentes y que haya unas personas, los ciudadanos, que soliciten y aprehendan de modo reflexivo y activo ese saber sobre las realidades, etc. Y ello mediante un diálogo implícito (que con las nuevas tecnologías se puede hacer ya más explícito) entre unos y otros.

De ahí que, como hemos señalado en los conceptos básicos de la Unidad didáctica 3, la información periodística sea «un saber sobre las realidades humanas actuales con proyección e interés social, compartido por periodistas y ciudadanos, mediante el diálogo sobre los textos elaborados por aquellos y difundidos por los medios de comunicación».

Es decir, no basta con que se comunique adecuadamente un saber necesario o útil, sino que este ha de ser correctamente asimilado, entendido, por los destinatarios. Hasta que esa intelección no se produzca, no se podrá hablar en puridad de que haya habido información periodística.

No hace falta que ese saber compartido sea perfecto, de matrícula de honor. Si lo es, mejor; y a esa meta hay que tender. Pero también vale un saber de sobresaliente, de notable e, incluso, de aprobado. Pero si no hay saber, si solo hay un conocimiento superficial y fragmentario, o falso y equivocado, o inane y vacío, o insignificante e irrelevante, etc., lo que hay es **desinformación**.

Desinformación que, por tanto, no es otra cosa, como ya vimos también, que la «ausencia de verdadera información o de información verdadera». Una **persona desinformada** es una persona que no sabe lo verdadero y esencial de algo, que está en el error o que tiene una confusión mental y vital sobre los temas que necesita o le son útiles saber para actuar libre y solidariamente.

Esta desinformación puede producirse por un sinfín de causas interrelacionadas. La mayor parte de ellas no son intencionadas, sino que obedecen a una serie de deficiencias

de tipo conceptual y estructural, cuando no a las propias debilidades intelectuales y morales inherentes a los seres humanos, ya sean periodistas o ciudadanos.

Pero cuando esa desinformación se busca adrede, cuando hay una intención clara de engañar por parte de los promotores y realizadores de la información, y no se produce una resistencia crítica por parte de los ciudadanos, entonces estamos ante lo que queremos denominar, por aquello de que es bueno distinguir lo distinto, **manipulación**.

La manipulación es, por tanto, la «desinformación intencionada que, a través de las diversas técnicas de ocultación o tergiversación de la realidad, se elabora con verosimilitud al servicio de los diversos intereses del poder dominante y que, por falta de resistencia crítica, impregna a parte de los ciudadanos».

Ante todo esto, cabe preguntarse lo siguiente: en esta llamada pomposamente «era de la comunicación global en la sociedad de la información», donde, en efecto, los avances tecnológicos y la dedicación de miles de personas hacen posible estar informado casi instantáneamente de casi todo lo que ocurre en el mundo en los diversos ámbitos de la actividad humana, etc., ¿estamos realmente bien informados?, ¿se produce realmente la información? Si la respuesta fuere paradójicamente negativa para una mayoría de la población, habría que describir cómo y por qué no se ha logrado ese bien social; habría que pensar qué parte de responsabilidad recae en los ciudadanos, cómo tendrían que ejercerla y cómo deberían formarse para ello.

Por tanto, contestaremos en primer lugar a la pregunta clave. En segundo lugar, describiremos la situación mayoritaria de desinformación a la que conduce el periodismo «objetivista» y que hace posible la manipulación de los ciudadanos por parte de los que dirigen y controlan los medios, cuestión que veremos en tercer lugar. Por último, en cuarto lugar, esbozaremos la gran tarea educativa que hay que emprender para que, en efecto, los ciudadanos soliciten y exijan la información que necesitan para ser libres y solidarios y para ser parte activa del proceso informativo.

2. UNA EVIDENCIA: LA SOCIEDAD ESTÁ MAYORITARIAMENTE DESINFORMADA

La pregunta a la que nos referimos ya ha sido contestada por varios autores a través de diversas vías de análisis de la realidad social respecto a la información. Pues bien, tras la realización de esos análisis, puede comprobarse con claridad, aunque con gran pena, que en un porcentaje grande y casi generalizado la situación que vivimos es de desin-

formación. Afirmación que, por lo demás, puede evidenciarse en cualquier momento y y con el simple hecho de que a cualquier grupo de personas se les formulen una serie de preguntas sobre los datos esenciales, las causas. Aunque casi todos tengan una opinión sobre el asunto, salvo en contados casos, no la fundamentan en un conocimiento acendrado del tema, sino en impresiones fugaces, prejuicios políticos o ideológicos, o en lugares comunes políticamente correctos que no han sido mínimamente verificados.

De ahí que lo que tenemos que hacer es preguntarnos el porqué de esa situación. En resumen, las causas por las cuales en la mayor parte de los casos no se llega al «aprobado» en esta importantísima asignatura son:

- Por diversos motivos que iremos viendo, una mayoría de los ciudadanos no puede o no quiere informarse bien.
- Muchos empresarios de la información conciben sus «productos» mucho más como mero negocio, o como plataformas para defender sus intereses propios o para satisfacer sus ansias de poder, que como medios para comunicar a los ciudadanos la información que necesitan para ser más libres y solidarios.
- Las «teorías» sobre el periodismo que se han generalizado más, surgidas en y desde los planteamientos filosóficos de la modernidad, impiden el logro de los requisitos del buen periodismo.
- Debido a esos tres factores y a otros, son pocos los periodistas que quieren y/o pueden realizar cabalmente su misión de saber para servir.

En los epígrafes siguientes irán apareciendo estas causas, junto con la descripción de sus efectos, por lo que pasamos a tratar ya la situación desinformativa propiciada por el periodismo objetivista y otras rutinas comunicativas seguidas por la mayoría de los medios.

3. LAS SEIS CARAS DE LA DESINFORMACIÓN PERIODÍSTICA

Pensamos que esos efectos del periodismo objetivista pueden representarse como un prisma con seis caras: una visión parcial y superficial de la realidad, una acumulación de hechos sin sentido, una idolatría de la actualidad, una visión artificial de la realidad, la omisión de lo esencial y otras omisiones, la sacralización de la opinión. Veámoslas brevemente a continuación.

3.1. UNA VISIÓN PARCIAL Y SUPERFICIAL DE LA REALIDAD

Parece claro que no hace falta haber visto la película *Titanic* para saber que un iceberg tiene mucha más masa que la que aflora a la superficie, como tampoco es necesario tener una inteligencia privilegiada para comprender que cualquier acontecimiento, idea, etc., tiene unas causas, antecedentes, relaciones, etc., que son parte sustantiva de esa realidad. Y, además, son las más importantes y las que la explican y dan razón de su significado.

Pues bien, la mayor parte de las noticias que leemos, vemos y escuchamos, o solo escuchamos, nos informan nada más que de lo que en ese momento se ha puesto de actualidad acerca de esa realidad o, por expresarlo con la misma metáfora, solo nos cuentan lo que ha emergido a la superficie, con lo que el periodismo más generalizado consagra la superficialidad y la parcialidad. Y los ciudadanos, acostumbrados a ese modo de proceder, y sin preparación o tiempo para pensar, creen que están informados, cuando lo que saben es muy poquito y anecdótico. Además, a ese escaso y casi inútil conocimiento llegan, por centrarnos únicamente en la prensa, los que leen las noticias, porque, debido al aburrimiento que suscita la forma estandarizada de redactar las informaciones, muchos, cada vez en mayor número, solo leen los titulares, etc.

3.2. UNA ACUMULACIÓN DE HECHOS SIN SENTIDO

Muchas personas solo leen los titulares porque hay tantísimas noticias que no hay tiempo para leerlas. En nuestros días contamos cada vez con más medios de comunicación que parecen competir por ver quién da más noticias, más opiniones, más, más, más. «El hipermercado de la comunicación y de la información» ha adquirido proporciones gigantescas y es cuasi omnipresente. Ante esta realidad, alguien podría pensar que estamos muy bien informados.

Sin embargo, cometería un grave error, porque «cantidad» y «calidad» no son términos sinónimos. Es más, en este caso, son antónimos, ya que, debido a esa parcialidad y superficialidad de la mayoría de las pretendidas informaciones, a que no se realiza una selección de temas motivada por el interés real que tienen para los destinatarios en concordancia con la finalidad de la información, a que tampoco hay una jerarquía de tratamiento según esa importancia y ese interés general, etc., nos encontramos con que la mayoría de los medios nos ofrecen cada cierto espacio de tiempo un repertorio de noticias breves, declaraciones de personajes y opiniones rápidas sobre temas las más de las veces innecesarios, carentes de interés, triviales y fragmentarios. Y si el tema es de por sí interesante y crucial, al recibir el mismo tratamiento trivial que los demás, se pierde en la vorágine general.

Y es que tratar informativamente del mismo modo un atentado terrorista y el salvamento de unos montañeros perdidos en la nieve, las declaraciones de un Premio Nobel de Física y las de un jugador de fútbol, un congreso de cualquier partido político y un cónclave de la Iglesia, etc., es un atentado contra el sentido común y contra los requisitos de una verdadera información.

Una acumulación enorme de informaciones parciales, superficiales, sin orden ni jerarquía y homogeneizadas constituye, en sí, una realidad falseada y trivializada. Pero esta **infopolución** adquiere características trágicas al impedir que realmente se produzca la información y, al mismo tiempo, al contribuir a que muchos informadores piensen que están informando y que muchos más ciudadanos consideren que están informados. No solo se construye una gran falacia, sino que, además, se impide que la mayoría se aperceba de ella.

Y es que para que la información se produzca es necesario que el periodista sepa sobre la realidad y sepa comunicarla, para que el ciudadano, a su vez, la aprehenda en sus justos términos y sepa a qué atenerse. Y no hay saber posible si no se usa la inteligencia, si no se valora utilizando la razón, si no se descubre, en la medida de lo posible, el sentido que las cosas tienen tanto por sí como en su relación con nosotros. Si no hay valoración, si no hay selección y jerarquización, si no hay profundización ni contextualización, si no hay aplicación, etc., no hay verdadero saber y, por tanto, no hay verdadera información. Si lo único que las noticias «dicen» de las cosas es que pasan y, a veces, cómo pasan, pero no por qué pasan, para qué, qué consecuencias puede tener su paso, qué gravedad o importancia óptica o moral tienen esos acontecimientos, etc., todo se relativiza, todo se banaliza, todo se vulgariza; se le quita hierro a las mayores aberraciones y se hace desaparecer del horizonte vital y social la grandeza y la heroicidad. Treinta siglos de tradición humanística y literaria, de esfuerzos por comprender y valorar las acciones humanas según la razón, de expresar artística o filosóficamente esa lucha entre el bien y el mal que se da en el corazón del hombre y que caracteriza, según Dostoyevski, la historia de la humanidad, se pierden en la enorme barahúnda de hechos sin sentido que nos proporciona constantemente una inmensa mayoría de medios supuestamente informativos.

3.3. UNA IDOLATRÍA DE LA ACTUALIDAD

También coadyuva significativamente a esa sucesión continua de impactos fragmentarios la norma de tomar como criterio de selección y actuación informativa el reflejo puntual de lo más novedoso y reciente. Lo cual conduce inexorablemente al apresura-

miento y a la rapidez como condicionamientos acuciantes de los informadores y, como correlato obligado, a la falta de tiempo para pensar y decidir con fundamento sobre los diversos intereses que hay en juego en la comunicación pública, así como sobre la **verdad informativa**. La actualidad se convierte en un ídolo al que se sacrifican innumerables veces la verdad posible y el rigor intelectual necesario, y abre las puertas a toda una serie de desinformaciones y manipulaciones realizadas por las fuentes interesadas. Entre ellas las de difundir rumores infundados y calumnias dañinas que luego, en la mayor parte de los casos, no hay tiempo para verificar, aun cuando se tuviera la honradez para rectificar.

Aunque hayan sido muchos los autores que han criticado este tipo de proceder, parece que los propietarios de los medios y los propios informadores están muy orgullosos de «ser los primeros en dar la noticia» (aunque luego se demuestre que sea falsa, que no es necesaria, etc.) o en dar las imágenes «en el mismo momento en que se están produciendo los acontecimientos» (aunque no se den las explicaciones previas ni el contexto necesario para poder entender mínimamente qué significan esas imágenes).

Espacio y tiempo son factores vitales para poder informar adecuadamente. Y, especialmente, cuanto más se restrinja este último, menos conocimiento se puede obtener. A más rapidez, menos verdad, menos saber, y, por tanto, poca o nula información, o, en otras palabras, segura desinformación. Se cumplen así unas palabras de Wilde: «Aquellos para quienes el presente lo constituyen las cosas presentes no conocen nada del tiempo en que viven». O como expuso un buen alumno en un debate en el aula: «¿Para qué sirve enterarse rápidamente de muchas cosas si luego no sabes casi nada de ninguna?».

El problema es que no todos los ciudadanos tienen el sentido crítico de este alumno y, bombardeados por la propia autopropaganda de los medios sobre las maravillas de la actualidad y la instantaneidad, ven una necesidad de estar enterados rápidamente de todo. Necesidad que no es natural, que es del todo superflua y artificial.

3.4. UNA VISIÓN ARTIFICIAL DE LA REALIDAD

Parece evidente que si, por los diversos factores ya mencionados, se renuncia de antemano a desvelar en la medida de lo posible la naturaleza de las cosas, dando razón cabal de sus causas, sentido y consecuencias mediante la documentación y la reflexión, y el empleo de los métodos adecuados y el tiempo necesario para lograrlo, es imposible dar una visión natural de la realidad. Y lo que no es natural es artificial. Si en el mismo orden de cosas, esa visión simple, superficial, fragmentaria, no significativa, actualísima o instantánea de la realidad no satisface la legítima ansia de saber de los ciudadanos, el

interés que de por sí tiene la sabiduría, que es un interés natural, tiene que ser sustituido por otros reclamos del interés si los medios de comunicación han de venderse.

Esa es la razón por la cual, al no dar razón de «lo habitual», de «lo normal», se busque proporcionar innumerables noticias de «lo extraño», de «lo anormal». Lo extravagante se convierte así en criterio habitual y preponderante de selección informativa. De ahí, por ejemplo, que desde hace muchos años hasta nuestros días multitud de profesores y periodistas repitan aquello de que «si un perro muerde a un hombre no es noticia, pero si el hombre muerde al perro...». Y si además esa «anormalidad» es morbosa, mejor por los promotores. Los ejemplos sangrantes que podrían citarse en este punto son abundantísimos y se producen diariamente, por lo que basta con recordar la reflexión del que fue considerado uno de los mejores periodistas británicos del siglo XX, Muggeridge (Sommerville, octubre 1991, págs. 24-25), al filo de acabar su existencia terrena:

«A menudo he pensado [...] que si hubiera sido periodista en Tierra Santa en tiempos de Jesucristo, me hubiese dedicado a averiguar lo que ocurría en la corte de Herodes, habría intentado que Salomé me concediera la exclusiva de sus memorias, hubiera descubierto lo que estaba tramando Pilatos [...] y me habría perdido por completo el acontecimiento más importante de todos los tiempos.»

Por otro lado, junto a tantas extravagancias, rarezas, anormalidades o catástrofes, ¿por qué no se publican también buenas noticias? Parece que el diario bombardeo de desgracias, cataclismos, crueldades, crímenes, bancarrotas, suicidios, hambrunas, guerras, violaciones, etc., no deja espacio y lugar para informar de todo lo bueno que ocurre en el mundo, que, gracias a Dios, es muchísimo. Además, todo ese cúmulo de desventuras se presenta de modo banal, con lo que, además de crear artificialmente un pesimismo destructor y una desesperanza baldía, aumenta aún más la trivialización.

Por si fuera poco, al no imperar la buena lógica natural de la verdad, sino la perversa lógica mercantilista de la noticia, se busca denodadamente lo espectacular, lo impactante, lo emotivo y lo conflictivo. Cuando el conflicto existe realmente, lo noticiable es la polémica misma, no sus contenidos sustantivos, lo cual ya es una artificiosidad. Pero cuando apenas existe polémica, esta es también buscada y promovida artificialmente por los propios informadores. Si esto se une a los otros defectos descritos con anterioridad, tenemos que la mayor parte de los medios informativos no solo no comunican adecuadamente el saber sobre las realidades humanas actuales que los ciudadanos necesitan comprender para ser más libres y solidarios, sino que construyen y comunican una realidad ficticia, artificial y falaz, que, eso sí, se vende con cierta verosimilitud. Por eso, cabe estar de acuerdo con algunas personas que piensan que uno de los mayores engaños que se producen cada

día se efectúa cuando ciertos presentadores de ciertos noticieros se despiden de los televidentes con la fórmula «esto es lo que ha pasado en el mundo y así se lo hemos contado».

Y, en gran parte, es un gran engaño por todo lo que han omitido.

3.5. LA OMISIÓN DE LO ESENCIAL Y OTRAS OMISIONES

La sustitución de la «lógica de la verdad» por la «lógica de la noticia» no se da solo por las causas enumeradas en el epígrafe anterior, sino también, y fundamentalmente, por la vía de la omisión de lo esencial, de lo que realmente importa saber de cada acontecimiento, acción humana, proyecto o idea; e, incluso, por la omisión de acontecimientos, acciones, proyectos e ideas realmente importantes y significativos.

Quizás no sea completamente cierto que, en palabras de Wilde, «el periodismo justifique su propia existencia merced al principio darwiniano de la supervivencia de lo más vulgar», pero no parece andar descaminado; como tampoco lo están aquellos que piensan que «la omisión es el "pecado capital" de los medios de comunicación». Omisión que, como se ha apuntado ya, es, en parte, el resultado directo del enorme exceso de noticias inútiles. Pero es, sobre todo, la consecuencia de no procurar cumplir los requisitos de una verdadera información, de no entenderla como una síntesis significativa de un saber al servicio de la sociedad, sino como una comunicación de los hechos y declaraciones recientes que sirven para rellenar el espacio o el tiempo asignado y para que la gente piense que está informada.

Las omisiones son muchas y significativas. Salvo magníficas excepciones, habitualmente no se informa de:

- Las realidades inmateriales (las pasiones humanas; los deseos, anhelos, aspiraciones, grandezas y miserias; ideales nobles o intereses egoístas de poder y lucro que motivan y explican la mayor parte de los acontecimientos), la vida del intelecto y del espíritu, el trabajo escondido y silencioso que está detrás de los logros científicos y de la formación humana de las personas, etc. Todo un mundo de realidades significativas, que muestran al hombre mismo en su acción libre, y que se diluye en la simplificación materialista de la mayor parte del periodismo convencional.
- Las causas, los antecedentes temporales e históricos de los propios acontecimientos que se destacan; las relaciones reales, en el espacio y en el tiempo, de esos hechos con otras realidades «fácticas» o con las ideas; el contexto en el que surgen; etc. Se impide así, como ya vimos, una visión global, completa, más o menos íntegra de cualquier realidad.

- Las previsibles o ya constatadas consecuencias sociales de las ideas, proyectos o acontecimientos. Su significado en el devenir histórico y sus repercusiones en el actuar concreto y cotidiano de los ciudadanos. El sentido que esos hechos tienen de suyo o en su implicación con las personas y con la entera sociedad.
- La importancia social y la gravedad ética o moral de esos acontecimientos. De este modo se fomenta el relativismo, el indiferentismo, el «pasotismo» y el gregarismo de los ciudadanos. Se pierde del horizonte vital y social la diferencia entre la verdad y la mentira, el bien y el mal, lo justo y lo injusto, etc.
- El estado subyacente de los acontecimientos, de los desarrollos de largo alcance, de la conexión entre pasado, presente y futuro, etc. Se pierden muchas realidades significativas y, también, la propia noción de la instalación en el tiempo, de la memoria del pasado y de la proyección en el futuro, necesarias para el obrar libre del hombre.
- Las referencias reales imprescindibles para que se pueda realizar una interpretación cabal, un comentario acertado, una opinión fundamentada y un diálogo racional. Se falsea así uno de los fundamentos de la convivencia democrática.
- Los datos y documentos que propicien la necesaria verificación fáctica y crítica de las declaraciones realizadas por los actores sociales y representantes de los poderes públicos. Se impide así diferenciar la verdad de la falsedad, conocer si hay intereses espurios, etc., con lo que se facilita la manipulación, por parte de los más poderosos, de unos ciudadanos que, en su inmensa mayoría, no tienen resortes para contrastar los hechos y la lógica que fundamentan esas declaraciones, y se consolida un juego de intereses mutuos entre los poderes y los medios que, a su vez, se consagran como otro poder y no como un saber y un servicio.
- Los planteamientos, circunstancias, etc., de las personas, grupos sociales, instituciones, estamentos, etc., que carecen del poder, el dinero y la organización para preparar ruedas de prensa, y/o trabajan en actividades no pertenecientes al circuito de la imagen llamativa o espectacular, y/o mantienen actitudes y opiniones contrarias a los poderes dominantes. Se produce así una «espiral del silencio» sobre ciertas personas, valores y temas «políticamente incorrectos».
- Las investigaciones de largo alcance, profundas y realizadas con rigor sobre el estado de la cuestión de los principales problemas sociales y sobre sus posibles soluciones, acerca de los avances paulatinos y realidades que mejoran, etc.

Todas estas omisiones generalizadas (aunque haya honrosas excepciones en algunos casos) son enormemente significativas y revelan que no siempre lo que se comunica socialmente es un verdadero saber. Pero si no se consigue comunicar la verdad posible, entonces, ¿qué queda? Pues queda la opinión, su inflación y sacralización.

3.6. LA SACRALIZACIÓN DE LA OPINIÓN

Consideramos que el mejor modo de exponer este aspecto es el de recurrir a un ejemplo significativo, como el de la «información electoral», que sirva para comprobarlo fehacientemente.

Si a alguien le importase que los ciudadanos ejercieran su derecho al voto de un modo racional, ponderado, reflexivo, es decir, verdaderamente libre, cabría esperar de los medios de comunicación social que analizaran los diversos programas electorales e hiciesen una síntesis cabal, por temas, comparando los programas entre sí y dando razón de los cambios efectuados con respecto a los de elecciones anteriores; que reflexionasen sobre las consecuencias sociales que la implantación de esas medidas traerían consigo y las explicasen de modo claro y ordenado; que hicieran un resumen significativo de la labor realizada por esos partidos –en el Gobierno o en la oposición– en los años anteriores, de acuerdo con la coherencia entre sus promesas y sus realizaciones, y cuáles han sido los resultados de esas acciones respecto a la mejora o no de los diversos aspectos vitales de una sociedad, etc.

Pero no. Salvo honrosas excepciones, la esperanza es vana. En cambio, asistimos a un bombardeo diario de cientos de declaraciones rimbombantes sobre las excelencias de los unos y las carencias de los otros, de declaraciones sobre esas declaraciones, de sondeos de opinión, de declaraciones sobre los sondeos de opinión, etc. Esto, por lo que respecta a la parte «informativa». En la otra, se exponen diariamente las opiniones de los columnistas y editorialistas sobre las opiniones de los políticos y sobre las opiniones recogidas en los sondeos de opinión.

Los ejemplos podrían multiplicarse, pues esa inflación de la opinión afecta a todos los ámbitos, incluidos el histórico, el antropológico, el ético, el científico-experimental, el religioso, etc. Todo cae bajo la órbita de la opinión, aunque para ello haya que olvidar el saber acumulado arduamente durante siglos. Quizás por eso, el sabio tradicional no tiene cobertura en la inmensa mayoría de los medios de comunicación. Sí la tiene, en cambio, el de una nueva especie creada por los propios medios: el **opinador**. Es decir, un profesional de la comunicación que dispone de seis cualidades:

- Ha sido elegido por un medio (o por varios) para opinar.
- Tiene venia para opinar sobre cualquier tema sin necesidad de especialización, documentación o tiempo para reflexionar.
- Su actividad de opinar se produce al filo de la actualidad y con conciencia de que participa abiertamente en la formación de la opinión pública.
- Su pensamiento es superficial.
- Es fiel a la ideología del medio que lo recluta.
- Sigue la tendencia de lo políticamente correcto.

Algunos «opinadores» suelen ser personas con cierta notoriedad en su campo, pero no se les llama para hablar de lo que han mostrado entender como especialistas, sino de cualquier otra cosa. La capacidad de cumplir este atrevido encargo le da una nueva notoriedad añadida, que puede acabar desplazando la reputación de origen y sustituyéndola por la popularidad.

Ante esta inflación de la opinión que, como tal, sustituye al saber y, por tanto, imposibilita la verdadera información, cabe pensar con propiedad que estamos ante una cultura y una sociedad sofisticada; aquella en la que no importa saber la verdad, sino propiciar una apariencia de verosimilitud que ayude a la verificación de un poder. Entramos así en el terreno de la manipulación.

4. LA MANIPULACIÓN DE LAS MASAS Y EL AMARILLISMO DE LA SOCIEDAD

En efecto, vivimos en una cultura sofisticada del simulacro, en la que el montaje y el argumento general han sido ideados por las actitudes positivistas (con algunos retoques posteriores); donde el guion y los textos únicos que se interpretan son realizados por los poderes e «ideologías» dominantes (actualmente, junto con diversos nacionalismos extremos en diversos lugares, queda la eficaz interacción mutua del laicismo, el capitalismo y el hedonismo consumista); y los actores principales y los coros que hacen de eco reiterativo son la mayor parte de los medios de comunicación que, en su actuación, hacen ver al público que responden a sus demandas. Para que el teatro se llene cada día es conveniente que no falten dosis de morbo y sangre, conflictos y extravagancias, etc.

También hemos visto ya, si bien de modo somero, el aspecto de la «infopolución». Pues bien, esa enorme cantidad de noticias, datos, declaraciones y opiniones que se vier-

ten diariamente produce en los ciudadanos la sensación de que se habla de todo, de que se recogen todas las opiniones, de que se pone a su disposición un gran caudal de conocimientos y de posibilidades. La gran variedad de medios hace que se tenga la sensación de poseer una casi ilimitada libertad de elección. El tipo de presentación objetivista y la propia propaganda de los medios (y de muchos autores sin sentido crítico o que desempeñan su papel dentro del guion) acerca de la objetividad propia hace que el público piense que esas informaciones corresponden a la realidad de las cosas (salvo, claro está, en aquellos casos en los que se informa de algo que uno ha vivido o conocido directamente, donde indefectiblemente se suelen comprobar dolorosos errores o tergiversaciones de bulto). Se crea así una ilusión de conocimiento y libertad.

Pero, además, ese bombardeo excesivo de información bruta, trivial y, muchas veces, inútil crea también, y al mismo tiempo, las condiciones adecuadas para que los dueños de los medios seleccionen a su antojo (léase intereses ideológicos y económicos de poder) los temas o aspectos de los mismos y las personas e instituciones que deben realizarse y aquellas otras que deben omitirse, silenciarse o atacarse. Esta selección interesada marca, a nuestro entender, el punto neurálgico de verificación del poder por parte de los medios. Y eso estaba escrito en el argumento, ya que uno de los aspectos fundamentales del positivismo lo constituye el seguimiento de principios de interpretación y selección carentes de fundamentación teórica e inspirados tan solo en prejuicios políticos e ideológicos, o en intereses personales de diverso tipo. Según la finalidad natural de la información, la selección de los contenidos debe obedecer a un pensar sobre el valor y sentido de cada realidad en relación con lo que es útil o necesario para la actuación libre del hombre en sociedad. Pero el positivismo, al negar la posibilidad de conocer las realidades metafísicas (las que no son medibles por los sentidos físicos), afirma al mismo tiempo y en consecuencia que el hombre puede manipular la realidad a su antojo. Como para ello hay que tener poder y/o medios, quien los tenga en mayor medida o los maneje mejor dominará la sociedad, etc.

De ahí que en los últimos decenios se haya producido una enorme proliferación de «gabinetes de comunicación» en las grandes empresas, de los *lobbies* ideológicos, de los partidos políticos, etc., que intentan que los medios expongan sus ideas y propuestas, creándose una tupida red de relación de intereses que, en la mayor parte de los casos, nada tiene que ver con los intereses reales de los ciudadanos ni, por tanto, con el objeto y la finalidad de la información periodística, sino con la imposición de las modas que aseguran la consolidación del sistema dominante. Por otro lado, las propias empresas informativas, otrora pequeñas, han ido poco a poco creando su propia red en la industria cultural, en un proceso imparable de concentración de medios, hasta llegar en nuestros días a una situación en la que unos pocos oligopolios mediáticos –verdaderos imperios comunicativos que abarcan diarios, revistas, cadenas de radio, emisoras de televisión,

productoras y distribuidoras audiovisuales, editoriales, plataformas y redes de telecomunicaciones, con conexiones estrechas con los grandes bancos, grupos de presión ideológicos y partidos políticos— dominan en cada país la casi totalidad de la «producción» de información y comunicación. De esta manera no solo se pone en peligro la realización efectiva de esa libertad de información, de ese pluralismo consagrado felizmente en las diversas constituciones democráticas, sino que ejercen visiblemente una influencia cada vez mayor sobre la cultura, sobre los hábitos y costumbres sociales. De modo que la evolución histórica de los medios ha ido desde la información (mejor o peor hecha) sobre los acontecimientos que interesaban a los ciudadanos (con mayor o menor acierto en la elección y con mayor o menor mezcla de intereses propios o espurios) hasta la imposición de los propios intereses y necesidades que son los que con gran frecuencia crean o dan forma a los acontecimientos. Se imposibilita así, de raíz, la información verdadera y la verdadera información. Parafraseando al gran poeta Eliot, cabe afirmar que no solo la información no produce conocimiento y sabiduría en la ciudadanía, sino que se ha convertido en opinión y moda al servicio de la cada vez más poderosa industria mediática.

Hemos visto que el positivismo (y el inmanentismo y relativismo consiguientes: no hay verdades naturales sobre las realidades propiamente humanas, sobre su naturaleza, propiedades, destino, dignidad y trascendencia) es la condición, el sustrato que hace posible la existencia de esas acciones u omisiones desinformativas conscientes y deliberadas a las que denominamos «manipulaciones». Ahora bien, sus causas directas y primordiales son la **voluntad de poder**, de dominio sobre la sociedad, de imposición de una ideología o de unas modas, costumbres o estilos de vida para el consumo masivo, y la **voluntad de tener**, de «obtener la mayor riqueza monetaria» posible. ¿De qué modo contribuye el periodismo de corte positivista y relativista a crear las condiciones necesarias para que los medios al servicio de una determinada voluntad de poder y de tener manipulen? ¿Cuáles son las líneas clave de la acción manipuladora?

De un modo disperso y genérico ya se ha contestado. Cabe ahora explicarlo con mayor claridad, con una visión concreta y de conjunto.

Cualquier persona medianamente inteligente, si se pone a pensar por un momento, se da cuenta de que el relativismo es intrínseca y absolutamente absurdo; que, como decían los clásicos, es una contradicción en los términos, ya que si se expresa que «todo es relativo», se está diciendo al mismo tiempo que ese principio no es relativo, que es una verdad incontrovertible. Así sucedió, por poner un solo ejemplo, que cuando Sartre acabó de explicar en una de sus reuniones, con todo género de argumentos —demagógicos y falaces, pero muy brillantes—, que la verdad no existía, una alumna, enardecida, se levantó y gritó: «Qué gran verdad es esa, maestro».

Pero, claro, si durante siglo y medio la mayor parte de los medios de comunicación se han regido por unos parámetros relativistas, estos acaban siendo asumidos en gran parte por los ciudadanos. Como vimos anteriormente, la desinformación podría resumirse en que la mayor parte del periodismo ha convertido los hechos en opacos y mudos, y las opiniones en sagradas. En el campo de las ciencias experimentales y empíricas todavía se conserva un respeto por los hechos, pero en los temas culturales, antropológicos, morales o religiosos, o en cualquiera que tenga una relevancia política, todo se convierte en opinión. Si el hecho de que dos más dos sea igual a cuatro adquiriese relevancia política, en ese mismo instante –decía Hobbes– surgiría una facción para negarlo. Y entonces la prensa se sentiría en la obligación ineludible de darle cabida, ya que, en un principio, todas las opiniones valen lo mismo por irracionales y absurdas que sean. Pero eso es solo al comienzo. A la postre, y parafraseando a Orwell en su *Rebelión en la granja*, unas opiniones valen más que otras. Y estas no son precisamente aquellas que más fundamentadas estén (pues no hay parámetros de verdad ni saber), sino las que más interesen en ese momento a los que detentan el poder, aunque sea la de que dos más dos es igual a cinco.

Para los manipuladores la verdad ya no es lo que es, sino lo que ellos quieren que sea. Para ellos no hay hechos ni verdad, sino solo intereses ideológicos y económicos de poder. «Si los hechos no concuerdan con mi teoría, peor para los hechos», decía Hegel. Hay que recordar que los hechos son tozudos y que hay personas e instituciones que se empeñan en pensar, por ejemplo, que por naturaleza la vaca es herbívora, y, por tanto, si no se respeta esa característica, se comete un daño (para la vaca, que se vuelve «loca», y para la entera sociedad, que después consume carne adulterada con los consiguientes daños en la salud), o que el hombre tiene su peculiar dignidad, que si no se respeta... Así los manipuladores tienen que establecer una estrategia para eliminar la «oposición» de los que se empeñan en ver la realidad conforme es a sus fines e intereses. En toda acción manipuladora sistemática hay así un conflicto, un enemigo a quien vencer.

La imposición del relativismo en la sociedad ha sido así el caldo de cultivo, la manipulación de base que ha abierto y abre las puertas a las sucesivas manipulaciones concretas de diversas ideologías o sistemas de costumbres al servicio de unas determinadas voluntades de poder y/o tener. En el siglo XX hemos asistido a las grandes manipulaciones producidas por el nacionalsocialismo y el marxismo-leninismo. Actualmente, y junto a otras de menor incidencia geográfica, como las producidas por ciertos nacionalismos extremos, los focos de manipulación preponderante, tanto por su intensidad como por su extensión, son los producidos por el liberalismo materialista, capitalista-monetarista y por el materialismo tardomarxista, capitalista-estatalista. Ambas ideologías coinciden estrechamente en el progresismo, un cóctel venenoso cuyos ingredientes, además del materialismo, son el laicismo, el hedonismo, el consumismo, el cientifismo, el pansexualismo, el feminismo radical y la ideología de género. Progresismo, de derechas o de iz-

quierdas, cuyo enemigo a quien vencer es el fundamento y el conjunto de las personas e instituciones que siguen la tradición artística, sapiencial, metafísica y ética grecolatina y judeocristiana, precisamente aquella que ha dado lugar al verdadero progreso moral y cultural de Occidente, por tener en su centro la lucha por la dignidad del hombre y su reflejo en la sociedad.

No tenemos espacio en esta Unidad para describir y explicar las estrategias y técnicas concretas de manipulación informativa, de las que ya he hecho referencia en otros lugares (Galdón, 2001), y que también han sido tratadas por otros autores desde perspectivas y modalidades diversas (Álvarez Teijeiro, 2003; Blázquez, 1994; Fraguas de Pablos, 1985; Revel, 1989; López Quintás, 1998 y 2001; Postman, 1987; Ramonet, 2001, entre otros). Pero sí cabe preguntarse ya si esa manipulación (por desinformación primero como base) ha calado en la ciudadanía.

Pues bien, cabe contestar que, desgraciadamente, junto a otros factores como el ya descrito de la desinformación, unido al deterioro del sistema educativo y a la manipulación realizada por otras formas de comunicación, especialmente por las series de ficción y los programas de «entretenimiento» de la televisión (Sartori, 2002), esta manipulación ha hecho mella profunda en los ciudadanos, en la mayor parte de la sociedad, de tal modo que, desde hace décadas, pensadores de muy diverso signo, refiriéndose siempre a una amplia mayoría o a una tendencia o enfermedad bastante generalizada, han diagnosticado su «irracionalidad» (Llano, 1988), su «vacuidad e inanidad intelectual» (Finkielkraut, 1987), su «indeferentismo y nihilismo» (Lewis, 1987; Vattimo y Rovatti, 2000), su «gregarismo» (Galdón, 1994), su «narcisismo» (Lasch, 1999), etc. Características que, junto a otras parecidas, aparecen en un reciente retrato en *collage* del sujeto posmoderno (Martínez Lucena, 2008).

¿Qué es lo que mayoritariamente lee este sujeto posmoderno? (aquel que lee, claro, pues ya hay cientos de miles que declaran no leer nada). En este sentido, hemos consultado la sección de noticias más vista de las ediciones digitales de los tres diarios españoles que se han considerado durante años y hasta nuestros días como los referentes del periodismo de calidad en nuestro país (siguen siendo también los generalistas más vendidos). Los resultados son los siguientes:

- Día 25 de septiembre de 2012, entre las 15:40 y 15:45 h, en elpais.com: «¡Fuera del agua, gorda!»; en elmundo.es: «No te hagas la estrecha ahora»; y en abc.es (que no le dio tanta cobertura a la polémica de las nadadoras sincronizadas, pero tenía sus exclusivas): «De gimnasta profesional a prostituta de lujo».

- Día 27 de septiembre de 2012, entre las 11:20 y 11:25 h, en elpais.com: «Los manifestantes del 25-S vuelven a concentrarse ante el Congreso»; en elmundo.es: «Lady Gaga, al desnudo: "Bulimia y anorexia desde los 15 años"»; en abc.es: «65 millones de dólares al hombre que enamora a su hija lesbiana» es lo más visto, seguido por «Eduardo Casanova (Fidel, en «Aída»), desnudo en las redes manteniendo relaciones sexuales con su pareja». En el número siete del *ranking* aún se mantiene la exgimnasta extranjera, hasta hace poco totalmente desconocida en España.
- Día 2 de octubre de 2012, entre las 10:10 y 10:15 h, en elpais.com: «Manual de masturbación»; en elmundo.es: «Mercedes Milá, otra "gran hermana" en *Interviú*»; en abc.es: «El *topless* de Mercedes Milá en *Interviú*».
- Día 3 de octubre de 2012, entre las 9:40 y 9:45 h: los lectores de elpais.com siguen aprendiendo con su manual; los del mundo.es, una vez vistos los pechos sexagenarios de la presentadora del programa de telebasura, se interesan ahora primordialmente por la polémica que aparece en el diario *Marca* entre un famoso futbolista y su no menos famoso entrenador, mientras que los del abc.es, quién lo iba a sospechar, se hermanan con los de elpais.com en sus intereses de aprendizaje, ya que la noticia más vista es «Cómo llegar a conseguir un orgasmo», si bien sin necesidad de manual.

En otro momento de cada uno de estos días, nos fijamos en qué lugar estaban situadas en ese *ranking* las noticias, comentarios y análisis sobre los temas más importantes y cruciales desde diversos puntos de vista: el aumento del paro y la disminución de afiliación a la Seguridad Social, el «conflicto catalán» y el vasco, el problema de las autonomías, etc. Pues bien, ninguna estaba entre las 10 más vistas.

Son muchas las reflexiones que estos resultados suscitan, pero no cabe realizarlas todas aquí y ahora. Solo nos interesa constatar, y así acabaremos este epígrafe, que ya no se puede hablar de la antigua diferencia entre lo que los británicos llamaban *quality papers* y *popular papers*, y que en España se traducían en «prensa seria» y «revistas del corazón» o «prensa rosa», que a veces era verde. Ahora, la mayor parte de los medios informativos tradicionales, si bien conservan en sus ediciones impresas una calidad informativa muy notable, cuando se vuelcan en la red en sus ediciones digitales, se convierten en grandes hipermercados de información, desinformación y manipulación (y publicidad, marketing, propaganda, anuncios de compraventa, etc.) donde, en la misma planta, se oferta de todo (bueno, de casi todo, recuérdese el epígrafe de las omisiones y la referencia al silenciamiento de lo «políticamente incorrecto») y donde también se demanda de todo, pero las mayores ventas se consiguen en las diversas secciones de lo que antiguamente (y despectivamente, ya que aún la inmensa mayoría de la sociedad no

había caído en el relativismo y la cutrez) se denominaba **amarillismo**: un compuesto de sensacionalismo, polémica y escándalo, morbo y sexo.

Bien es cierto que todavía hay «consumidores» que leen reflexivamente las ediciones impresas de los diarios de calidad y otros que prefieren comprar en tiendas pequeñas, algunas de ellas especializadas. Gracias a Dios, y a internet, en los últimos años ha habido un florecimiento de pequeñas webs y de blogs que:

- Contienen excelente información; esto es, tras el análisis, la documentación y la reflexión, proporcionan buenas síntesis significativas de un saber sobre los temas actuales que los ciudadanos necesitan conocer para actuar libremente en sociedad.
- Tratan temas silenciados activamente por los grandes medios y con enfoques distintos a los políticamente correctos.
- Además, directa o indirectamente, algunos alertan, denuncian o corrigen algunas de las desinformaciones y manipulaciones de los grandes medios.
- Permiten ese diálogo entre periodistas y lectores necesario para la información.

Pues bien, lamentablemente son muy poco conocidos y su índice de lectura está a años luz del de cualquier noticia que recoja, por ejemplo, la última excentricidad de Lady Gaga.

5. EL GRAN RETO EDUCATIVO DEL SIGLO XXI: LA EDUCACIÓN DEL SENTIDO CRÍTICO ANTE LOS MEDIOS

La situación descrita en los epígrafes anteriores no parece que sea la más adecuada si se quiere que haya una verdadera democracia o una sociedad justa compuesta por ciudadanos libres que cooperan al «Bien Común». El reto, por tanto, es educativo, con lo que la pregunta fundamental que hay que contestar es: ¿qué se puede hacer desde la familia, la enseñanza primaria, la secundaria y preuniversitaria, así como la universitaria, y desde otras instancias formativas? O, dicho con mayor brevedad, ¿qué pueden hacer los educadores?

Pues nada más y nada menos que ser actores importantísimos en la tarea de satisfacer una de las necesidades más acuciantes que, como se puede deducir de lo dicho hasta ahora, tiene la sociedad: la de educar a las personas que forman la ciudadanía en

el **sentido crítico**, movido por la búsqueda de la verdad, y entroncado en su propio sentido personal, ético y cívico, que les lleve a buscar y solicitar activamente la información que precisen para cumplir sus fines personales y sociales; a distinguir lo verdadero de lo falso, lo importante de lo intrascendente, lo perdurable de lo efímero, lo que es bueno para los hombres y la sociedad y lo que les perjudica; a dialogar sobre los textos y aportar su saber en la elaboración de una información verdadera, buena y atractiva, etc.

Ahora bien, el actor principal es cada persona, en este caso cada lector/estudiante de este manual. Pues si una persona adulta se apercibe de su falta de formación en un ámbito crucial de su vivir en sociedad, aunque la deficiencia del sistema educativo no le haya satisfecho ni ayudado a adquirir esa capacidad necesaria, tiene el deber de autoformarse, pidiendo la ayuda necesaria a quienes puedan dársela. En el caso de un estudiante de Periodismo, con mayor razón y urgencia, ya que el sentido crítico movido por la **pasión por la verdad** y el bien es la base de su sentido vocacional. Y nunca podrá ser un buen periodista si antes no ha sido un buen lector crítico y participativo.

Teniendo todo esto en cuenta, expondremos en primer lugar una breve síntesis de la corta historia de la proclamación de la necesidad (y de los planteamientos generales) de la formación del sentido crítico ante los nuevos medios de comunicación; posteriormente, sintetizaremos los criterios y métodos pedagógicos que deben ponerse en marcha desde las diversas instancias educativas; por último, pero no por ello menos importante, hablaremos de la necesaria autoformación.

5.1. LOS ABOGADOS DE LA CAUSA Y SUS PLANTEAMIENTOS

Que hay que afrontar este reto ya se lleva diciendo hace casi cuarenta años desde diversas instancias. Además de los autores que hemos citado anteriormente a propósito de las estrategias y técnicas de manipulación (especialmente Fraguas, Galdón y López Quintás), otros autores e instancias con *autoritas* que han sido pioneros en abogar específicamente por esa formación del sentido crítico son:

- Desde la filosofía de la educación, ya en 1975, en nuestro país, Ibáñez Martín escribió el artículo «El sentido crítico, objetivo de la educación contemporánea», aspecto que recogía un año más tarde en su libro *Hacia una formación humanística*. En EE. UU., el primer autor que escribió exclusivamente sobre este punto, si bien desde una perspectiva menos profunda, fue Richard en su obra *Critical thinking: what every person needs to survive in a rapidly changing world* (1990).

- Dos años antes, en 1988, en el punto 44 de su exhortación apostólica *Christifideles laici*, Juan Pablo II afirmaba tajantemente que «en el uso y recepción de los instrumentos de comunicación urge una labor educativa del sentido crítico animado por la pasión por la verdad». En enero de ese mismo año la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) auspició unas jornadas de estudio en París de los Premios Nobel para tratar de dar soluciones a los problemas mundiales. Acudieron 75. Una de las conclusiones más significativas fue la de que «la educación debe ayudar a desarrollar el espíritu crítico ante lo que difunden los medios de comunicación».
- Aunque ya antes de esta fecha, desde esa institución internacional, se propiciaban los estudios y las acciones formativas en lo que se denominó la **educomunicación** (una interrelación de ámbitos científicos y experimentales que abarca desde la alfabetización a través de los medios hasta el uso de las tecnologías de la información en la educación, pasando, eso sí, por la educación de la ciudadanía para el uso responsable de los medios, a través del pensamiento crítico), a partir de ese momento, sin dejar los otros aspectos, se desarrolla cada vez más esta preocupación por formar a los ciudadanos en el sentido crítico ante los contenidos de los medios de comunicación. En España, concretamente en Andalucía, en este contexto de la «educomunicación», nace en ese mismo año de 1988 el Grupo Comunicar, asociación profesional formada por periodistas y docentes de esa comunidad que, además de organizar reuniones, congresos, etc., edita desde 1993 la revista *Comunicar*, que tiene una proyección hacia toda Latinoamérica y cuya temática «recoge una problemática de carácter internacional y notable incidencia en la sociedad actual como es la presencia de los medios de comunicación y las tecnologías de la información en el contexto contemporáneo, y la necesidad de una educación para su consumo inteligente». En todos sus números se encuentran valiosas investigaciones, así como propuestas y reseñas de experiencias concretas útiles para «fomentar una ciudadanía más responsable con los medios y las tecnologías de la comunicación». En los dos últimos años, su editor, el profesor Aguaded-Gómez, ha impulsado y dirige en la Universidad de Huelva un Máster en Comunicación y Educación Audiovisual. Como profesor extraordinario invitado cuenta con el catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona, Pérez Tornero (2012), quien es quizás, desde esta corriente propiciada por la UNESCO, el docente, investigador y conferenciante que más ha trabajado en este ámbito en los últimos 15 años. Cabe resumir sus recientes aportaciones en las siguientes ideas:

- «No habrá una ciudadanía democrática si no hay un nuevo Estado de ciudadanía mediática.»
- «En las modernas sociedades globalizadas, los *mass media*, internet o las redes sociales se han convertido en agentes de educación directos de la ciudadanía. Analizar sus efectos, sus formas y sus alcances éticos y culturales resulta una necesidad imprescindible.»
- «Estamos viviendo un cambio de época [...] La comunicación humana, el trabajo y la cultura se desarrollan a través de tecnologías cada vez más potentes y flexibles. Lo local se mezcla con lo global. Y el tiempo se acelera.»
- «Todo esto está conduciéndonos a una profunda transformación de nuestra sensibilidad, de nuestra mente y de nuestras capacidades. Pero la transformación más profunda que estamos experimentando es el cambio de nuestras habilidades y competencias. La capacidad de utilizar críticamente las tecnologías de la información y la comunicación y la capacidad de apropiarse de ellas para fines humanos, es decir, lo que denominamos "competencia mediática", se ha convertido en una cuestión esencial para las personas, los pueblos y las naciones, así como para un mundo globalizado».

De esa «competencia mediática» como «una acción educativa inaplazable» versa precisamente el estudio preliminar que realiza Aguedad-Gómez en el último número de la revista *Comunicar* (octubre de 2012), en cuyo *dossier* hay interesantes aportaciones sobre el sentido crítico ante los medios.

- El Magisterio de la Iglesia católica también ha vuelto sobre el particular varias veces. Especialmente significativas son las afirmaciones contenidas en el punto 25 del documento *Ética en las Comunicaciones Sociales* del año 2000 y que pueden resumirse en las siguientes:
 - «Los comunicadores profesionales no son los únicos que tienen deberes éticos. También las audiencias –los usuarios– tienen obligaciones. Los comunicadores que se esfuerzan por afrontar sus responsabilidades merecen a su vez audiencias conscientes de las propias.»
 - «El primer deber de los usuarios de la comunicación social consiste en discernir y seleccionar. Deberían informarse acerca de los medios de comunicación –sus estructuras, su modo de actuar y sus contenidos– y hacer opciones responsables, de acuerdo con sólidos criterios éticos, sobre lo que conviene leer, ver o escuchar.»

- «Hoy todos necesitan alguna forma de formación permanente acerca de los medios de comunicación, sea mediante el estudio personal, sea mediante la participación en un programa organizado, sea con ambos.»
- «La educación en el uso de los medios de comunicación, más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos, que constituyen un aspecto de la formación de la conciencia.»
- «A través de sus escuelas y de sus programas de formación, la Iglesia debería proporcionar este tipo de educación para el uso de los medios de comunicación social.»
- «De igual modo, los padres tienen el serio deber de ayudar a sus hijos a aprender a valorar y usar los medios de comunicación, formando correctamente su conciencia y desarrollando sus facultades críticas.»
- «Por el bien de sus hijos, y por el suyo, los padres deben aprender y poner en práctica su capacidad de discernimiento como telespectadores, oyentes y lectores, dando ejemplo en sus hogares de un uso prudente de los medios de comunicación.»
- «De acuerdo con la edad y las circunstancias, los niños y los jóvenes deberían ser introducidos en la formación respecto a los medios de comunicación, evitando el camino fácil de la pasividad carente de espíritu crítico, la presión de sus coetáneos y la explotación comercial.»

Todo lo cual invoca la necesidad de desarrollar, sistematizar y explicar una serie de criterios y métodos pedagógicos que ayuden a lograr ese necesario sentido crítico y esa necesaria participación activa de los ciudadanos en el diálogo sobre las realidades actuales en que consiste la información, teniendo en cuenta la situación familiar, educativa, informativa, comunicativa y ética de la sociedad actual.

5.2. CRITERIOS, PAUTAS Y MÉTODOS PEDAGÓGICOS

Precisamente lo primero que debemos contemplar, el principio del que hay que partir, es el del sentido realista sobre la situación de las instituciones que tienen que realizar esa labor. Y ese sentido nos lleva a que tanto la familia como todo el sistema educativo, tras sufrir el embate de la manipulación sistemática ejercida al mismo tiempo y desde hace muchas décadas, en un *in crescendo* perfectamente planificado, desde el poder ideológico, económico, político, legislativo y mediático, se encuentren en una crisis tal que comienza

en el desconocimiento de su naturaleza propia y de sus fines, en no saber ya qué es familia y qué es educación, y continúe en una desintegración vital y social cada vez mayor, y en su suplantación, bajo la misma denominación, por otras realidades que, salvo parecidos formales y procesuales, nada tienen que ver ni con la familia ni con la educación.

El volver a la naturaleza y los fines naturales de la educación significa que, como toda persona no infectada de los virus del progresismo manipulador sabe, lo primero que debemos volver a considerar con valentía y profundidad, tanto padres como profesores, es que tenemos el grave y precioso deber de dedicarnos vocacional y prudencialmente a sacar a la luz de la vida práctica los criterios que en un permanente *feedback* forjan y son forjados por las cualidades intelectuales y morales positivas (propriadamente virtudes, eufemísticamente valores) que están en germen en todo ser humano, y contribuir a que se desarrollen armónicamente, evitando al mismo tiempo que se fagociten por el efecto de la interacción de la idiotéz y los vicios.

Sin ánimo de ser exhaustivo, y ciñéndonos solo a algunos de los criterios y virtudes que tienen que ver con nuestro objeto de estudio, nuestra acción educativa debe:

- Priorizar, ya desde la más tierna infancia, el fomento del natural sentido de apertura a la realidad objetiva, de la curiosidad por conocer y saber que todo ser humano lleva impreso en sus genes.
- No dejar, poco después, de contestar adecuadamente a los continuos «porqués» que indefectiblemente todo niño se plantea desde los 3 o 4 años, y fomentar que se siga con ese preguntarse siempre, cuando se atenúe ese primer impulso intelectual de profundización en la realidad.
- Impulsar, ya desde la infancia, el sentido de la jerarquía de las realidades humanas en relación con la verdad, el bien y la belleza (y con la mentira y el error, el mal y la fealdad), y en relación también con la repercusión en nuestras vidas.
- Poner en evidencia continuamente que las cosas son lo que son y no lo que nos gustaría que fueran; que, aunque el conocimiento es subjetivo, la realidad es objetiva; y esa tarea de llegar a la verdad de lo que es bueno conocer para conquistar la sabiduría es una aventura maravillosa que exige esfuerzo, reflexión y petición de ayuda a los que pueden dárnosla.
- Invitar a las inteligencias a descubrir, en este contexto, que hay realidades esenciales y accidentales, materiales e inmateriales y espirituales, permanentes y efímeras, importantes y banales, naturales y artificiales, etc. Y que hay cosas que nos enriquecen y cosas que nos degradan.

- Fomentar el apercibimiento de que las realidades naturales son creadas buenas por Dios con una finalidad y que la realidad creada mayor y mejor es el propio hombre, que ha recibido de su Creador el maravilloso don de la inteligencia para descubrir esa naturaleza y esa finalidad, y el maravilloso don de la libertad y la capacidad creadora para construir nuevas realidades.
- Ayudar a ver con claridad que, en lo esencial, «no hay nada nuevo bajo el sol»; que la novedad no es sinónimo de bondad; que hay cosas artificiales y novedosas que nos ayudan a progresar en el desarrollo armónico de nuestra inteligencia y de nuestra voluntad, y otras cuyo uso puede distraernos de lo esencial e ir contra nuestra naturaleza y finalidad.
- Mostrar la evidencia de que nuestro tiempo es limitado y no podemos conocerlo todo por nuestra propia experiencia, pero que ha habido sabios que nos lo han transmitido con verdad y belleza, y eso es un tesoro que hay que conocer y que, al conocerlo mediante su lectura reflexiva, podemos ser, parafraseando a Bernardo de Troyes, como esos enanos a hombros de gigantes que miran por encima de ellos y pueden así descubrir infinitos horizontes.
- Demostrar paulatinamente que el saber verdadero es la base para desarrollar, en y con libertad, nuestras cualidades al servicio de la sociedad; que la verdad une y la mentira disgrega; que el saber nos libera y la ignorancia nos esclaviza.
- Enfatizar que la conquista del saber acumulado y acrisolado durante siglos es ardua, paulatina, lenta y trabajosa, pero, a la postre más enriquecedora y placentera que cualquier bien material efímero, etc.
- Enseñar que ese conocimiento del pasado es básico para el entendimiento del presente y que, junto al conocimiento de nuestro propio ser, son necesarios para elegir el proyecto de futuro, orientado al desarrollo de nuestras cualidades al servicio de los demás; que, cuanto antes y mejor sepamos quiénes somos, de dónde venimos y a dónde vamos, más libres seremos.

Estamos, en definitiva, hablando de volver a la formación humanística, esa que ha sido la forjadora de personalidades libres y creadoras que han contribuido al progreso cultural y moral de la sociedad y que, desde hace dos siglos, ha ido abandonándose y sustituyéndose por una instrucción utilitarista, relativista, ideológica, materialista, burocrática, formalista, especializada y corruptora, impuesta indebidamente por el poder político, mediante una actividad legislativa y constrictora totalitaria, y a la que las familias y las instituciones educativas no han sabido o podido oponerse, o lo han hecho en muy pequeña medida.

Ese abandono de la enseñanza de las humanidades, tanto en el ámbito familiar como por parte del sistema educativo, es lo que explica la eficacia nefasta de la manipulación mediática de la que hemos hablado en el epígrafe anterior y, por el contrario, la falta de eficacia de los esfuerzos de la UNESCO por fomentar el sentido crítico en la sociedad, ya que el pensamiento crítico no se puede desarrollar si no es desde la enseñanza de las humanidades.

Ahora bien, qué pautas y métodos podemos seguir si, salvo pequeñas concesiones a los vestigios del pasado, el sistema desprecia las humanidades e impide su enseñanza. Y si en la sociedad han calado de tal modo los prejuicios reduccionistas y materialistas que se piensa mayoritariamente que las humanidades no tienen utilidad. Utilitarismo que llega al absurdo de enseñar prioritariamente en la escuela infantil el idioma inglés antes de que los espantados niños sepan la propia lengua y hayan aprendido a comer por su cuenta; o que se aplauda masivamente y con gran entusiasmo la «brillante» idea de determinados políticos de intentar solucionar los gravísimos problemas educativos y sociales mediante el énfasis en el «bilingüismo y la informática», etc.

Recurriremos en busca de una primera luz referencial a un Premio Nobel de Física conocido por todos, Albert Einstein, y dejamos de lado a las decenas de magníficos filósofos sabios que han tratado la educación, desde Sócrates y Aristóteles hasta los que hemos mencionado anteriormente. El gran científico del siglo XX escribió (Einstein, 1995, págs. 29-30):

«No es suficiente enseñar a los hombres una especialidad. Con ello se convierten en algo así como máquinas utilizables, pero no en individuos válidos. Para ser un individuo válido el hombre debe sentir intensamente aquello a lo que puede aspirar. Tiene que recibir un sentimiento vivo de lo bello y de lo moralmente bueno. En caso contrario, se parece más a un perro bien amaestrado que a un ser armónicamente desarrollado. [...] Estas cosas tan preciosas las logra el contacto personal entre la generación joven y los que enseñan, y no –al menos no en lo fundamental– los libros de texto. Esto es lo que tengo presente cuando recomiendo "humanidades" y no un conocimiento árido de la historia y de la filosofía. Dar importancia excesiva y prematura al sistema competitivo y a la especialización en beneficio de la utilidad segrega el espíritu de la vida cultural y mata el germen del que depende la ciencia especializada.»

A tenor de estas sabias palabras, y aplicándolas a la realidad presente, podemos inferir lo siguiente:

- Las humanidades son imprescindibles para la forja de personas libres.
- El diálogo interpersonal es el método adecuado para su enseñanza.

- Debe enseñarse adecuadamente a todos independientemente de lo que vayan a elegir como profesión en el futuro y, por tanto, esa división esquizofrénica de itinerarios formativos es un error más de un sistema educativo equivocado.
- En fin, la *humanitas* es también un modo de educar y, por esa razón, las humanidades, más que en asignaturas especializadas (que si se imparten sin *humanitas*, son hasta contraproducentes), deben estar presentes «transversalmente» en todas las materias, deben ser el fundamento y la finalidad de todas ellas, mediante la conexión de toda realidad con su sentido, origen y finalidad; con la naturaleza, aspiraciones y fines del hombre; con su razón o no de verdad, de bien, de belleza; con su contribución o no al progreso y a la armonía social.

Y con esto entramos ya de lleno en los métodos pedagógicos.

Un método primordial es el «diálogo inductor de la reflexión». Parece claro que si de lo que se trata es de forjar personalidades que sepan mirar, pensar y decidir, no hay mejor camino que el diálogo. Así lo ha puesto de manifiesto la más avanzada pedagogía en conexión con los clásicos griegos. Y es que, en realidad, solo el diálogo inteligente y vital puede enseñar a saber y a saberse, y es el cauce principal de una comunicación de saberes interactiva que, desde la actitud de cariño y simpatía por parte del que principalmente enseña (pero también aprende), y de escucha activa por parte del que principalmente aprende (pero también puede enseñar), requiere el uso de la inteligencia, la voluntad y el corazón, y se plasma en un acto enriquecedor de amistad.

Pero ese diálogo no puede realizarse en el vacío ni improvisarse. (Aquí, aparentemente, estamos en desacuerdo con Einstein). Debe estar basado en unos fundamentos sólidos, en unos conocimientos compartidos. De ahí que debe fomentar y nutrirse materialmente del «estudio de textos fundamentales».

Hay al menos nueve tipos de textos fundamentales:

- El «texto» que significa para el hombre la naturaleza creada por Dios.
- El «texto» impreso por Dios en nuestra conciencia.
- El «texto» que vamos imprimiendo con las huellas que van dejando en la memoria de la inteligencia y del corazón nuestros actos libres en la interacción con el mundo y con los demás: la propia experiencia.
- Los libros mejores (los clásicos) de la literatura y el pensamiento.

- Las otras obras artísticas más valiosas en los diversos ámbitos.
- Los textos que mejor recogen la trayectoria histórica de la humanidad.
- Los libros básicos de cada disciplina.
- Los mejores modelos y «contramodelos» informativos sobre la actualidad.
- Las mejores fuentes documentales para la actualización continua de los conocimientos necesarios.

Todos esos textos tienen su «etapa y momentos de oportunidad», según el desarrollo natural de las capacidades humanas, por lo que el énfasis sobre cada uno de ellos y la elección de los modos y momentos del diálogo deben ser prudentemente calibrados. Pero como están interrelacionados en la realidad, y el crecimiento de la capacidad natural de relación es una tarea vital del proceso educativo, el diálogo a través de ellos en el proceso formativo debe ser «hipertextual» y armónico. Además, como el ser humano, junto a su esencia comunicativa y dialógica, tiene una estructura narrativa, hay que poner énfasis en las narraciones significativas, tanto en la elección de los textos como en la formalización del diálogo reflexivo. Por último, como la finalidad del proceso educativo es el crecimiento en la virtud intelectual y moral de las personas, esa es también la meta de esos diálogos reflexivos. En concreto, en nuestro caso, la del sentido crítico movido por la pasión por la verdad.

Pues bien, tomando como base una de las nueve clases de textos a las que hemos hecho mención, los libros clásicos, podemos afirmar (por lógica y por experiencia universal) lo siguiente:

- La escucha (primero) y lectura (después) de los clásicos y el posterior diálogo con cada niño-joven, o con grupos pequeños, por parte de los padres y de los profesores es imprescindible en la formación profunda y completa de toda persona, y es el punto de partida de la educación.
- Su necesidad se acrecienta si cabe a la hora de forjar el sentido crítico y el sentido ético.
- Son «útiles y utilizables» en todas las materias.
- A través del diálogo sobre los libros clásicos se dialoga también sobre la mayor parte de los otros «textos».
- Es una forma de amistad y sirve para fortalecerla.

No tenemos espacio para glosar pormenorizadamente cada uno de estos puntos, pero sí para dar unas breves pinceladas sobre esa tela. Por ejemplo, la de que los libros clásicos son imprescindibles para apreciar la grandeza, lo más noble, bueno y bello que se ha hecho y, así, no caer en las redes de la banalidad. Según Anderson (1994), quien fuera durante años director de la famosa escuela inglesa de Eton:

«Podría decirse que la influencia más insidiosa sobre los jóvenes no es la violencia, las drogas, el tabaco, el alcohol o la perversión sexual, sino nuestra afición a lo trivial y nuestra tolerancia con lo ramplón [...] Nosotros, compatriotas de Newton, Faraday y Darwin; herederos de la música alemana, de la pintura, la escultura y la arquitectura de Italia, de las ideas de los filósofos griegos y los profetas hebreos; los que hablamos la lengua de Shakespeare; nosotros parecemos contentarnos con dejar que nuestros hijos pasen sus años de formación bajo la influencia de una sucesión de policías y criminales, de Nintendos y Tortugas Ninja, Michael Jackson y Disneylandia.

[...] Algo podemos hacer. Lo primero es hablar alto y claro, repetir con convicción que esas cosas son de tercera y que existen las cosas de primera categoría. Los profesores somos personas tolerantes y liberales. Creo que durante una generación, los que trabajamos en la enseñanza hemos sido demasiado tolerantes con sucedáneos baratos de alta cultura, demasiado deseosos de agradar condescendiendo con los gustos de nuestros alumnos en lugar de intentar que participen de los nuestros.

[...] No basta decir que la escuela ha de ser una avanzadilla de la civilización en un mundo bárbaro, una isla de cultura en el océano de la trivialidad y la mediocridad que es la vida moderna. Es nuestro deber, nuestra elevada vocación, asegurar que la escuela lo sea realmente, enseñando lo mejor que se ha pensado, hecho y dicho [...] Solo introduciendo a los jóvenes en la mejor literatura, en la mejor música y en la mejor ciencia, les abrimos las posibilidades que laten en el espíritu humano y más allá de los límites de lo vulgar, y les hacemos capaces de contemplar y soñar.»

Respecto al fomento de la amistad es una cuestión que, además de haber sido vivida y comprobada personalmente con enorme gozo, está también magníficamente reflejada en algunos clásicos. Veamos un ejemplo en el pequeño diálogo que reproducimos a continuación, donde Jenofonte nos cuenta cómo Sócrates respondió al sofista Antifón, el cual trataba de atraerse a sus compañeros y estudiantes, y apartarlos de Sócrates, manifestando que la vida de este no era feliz, especialmente a causa de su gran pobreza:

«Antifón, así como a otro hombre le procura placer un buen caballo o un perro, o un pájaro, a mí me deparan aún mayor placer los buenos amigos. Y si doy con algo bueno, se lo enseño a ellos y los presento unos a otros con miras a que sean recíprocamente útiles en lo tocante a la virtud. Y junto con mis amigos recorro los tesoros de los hombres sabios del pasado que los dejaron escritos en libros que nosotros leemos con gran cuidado. Si encontramos algo bueno, lo recogemos y consideramos que se asegura gran provecho si logramos ser útiles a otro.»

La «utilidad» de los clásicos «en lo tocante a la virtud» ha sido tratada magistralmente por López Quintás en su libro *Cómo formarse en ética a través de la literatura* (1994) y también, aunque con bastante menor extensión y profundidad, en varias páginas de dos libros de Galdón (1996, págs. 53-56, y 1999, págs. 50-57).

Por último, en cuanto a que son aplicables en todas las materias y teniendo en cuenta a los lectores/estudiantes de este manual, son básicos, por ejemplo, para aprender a escribir bien y, más en concreto, para la redacción periodística, ya que, como afirmaran dos famosos periodistas norteamericanos en un libro práctico de bolsillo que escribieron tras su jubilación, «los clásicos pueden ser una ayuda directa, práctica, para cualquiera que desee ser periodista. Heródoto, en la Grecia antigua, fue quizás el primer cronista de viajes del mundo. Tucídides fue un gran corresponsal de guerra. Jonathan Swift era un columnista estupendo. Shakespeare dice, con menos palabras, más que casi ningún otro [...]» (Chancellor y Mears, 1993, pág. 215).

5.3. LA «AUTOFORMACIÓN» DE LOS CIUDADANOS QUE VAN A SER PERIODISTAS

Que la formación es fundamentalmente **autoformación** y que, independientemente de la educación recibida hasta la fecha, toda persona, sea en el momento que fuere, tiene que enfrentarse a esa responsabilidad viendo, en primer lugar, sus carencias respecto a los conocimientos y virtudes que debe tener para participar en la comunicación social, siendo un sujeto activo, crítico y enriquecedor, e ideando, en segundo lugar, un proyecto autoformativo para suplir paulatinamente esas carencias, es algo que no por obvio es menos importante. Es más: es crucial, máxime cuando se trata de personas que van a estar en los dos lados del tablero.

De ahí que las preguntas básicas que cada lector/estudiante de este manual debe hacerse sean de este tenor:

- ¿Tengo el hábito de interesarme por lo que ocurre en el mundo y reflexionar sobre ello?
- ¿Cuáles son los medios a través de los que me informo?
- ¿Sé por qué elijo el medio donde me voy a informar?
- ¿Cuáles son los temas que más me interesan, y los que menos o nada, cuando accedo a cualquier «sitio» de internet?
- ¿Sobre qué temas suelo hablar con mis amigos?
- ¿Me interesa llegar a la verdad de las cosas?
- ¿Me pregunto si esa información que leo/veo/escucho es verdadera e importante?
- ¿Me cuestiono si el conocimiento que me aporta es útil o necesario?
- ¿Me pregunto sobre las causas, importancia y consecuencias humanas y sociales de esas realidades sobre las que se informa, aunque eso no venga en la información?
- ¿Con qué frecuencia me quedo insatisfecho con lo que me aporta una noticia y acudo a otros medios para profundizar en ella?
- ¿Dejo de leer algunos textos informativos porque no los entiendo?
- ¿Me pregunto por qué no los comprendo?
- ¿En qué tipo de textos y ámbitos de la realidad me pasa eso?
- ¿Acudo al diccionario cuando no entiendo algunas palabras?
- ¿Acudo a enciclopedias o personas formadas para preguntarles y aprender de ellas cuando no comprendo las informaciones debido a mi desconocimiento de la historia, la economía, la religión, etc.?
- ¿Tengo el hábito de la lectura continuada de libros o de otros textos largos y completos?
- ¿O, por el contrario, voy recogiendo retazos fragmentarios y superficiales de las diversas noticias en internet?
- ¿Estoy preparado para participar en ese diálogo de saberes en que se constituye y formaliza la comunicación pública?
- ¿Puedo decir realmente que sé sobre esos temas que me interesan y sobre los que aporto mi visión o son meras impresiones y opiniones que no sé fundamentar bien?

- ¿Mi actual participación en la comunicación pública es enriquecedora para mí y para los demás?
- ¿Sobre qué temas doy mi parecer?
- ¿Es un parecer basado en un saber previo que creo que es bueno darlo a conocer o en una impresión u opinión fugaz, interesada o partidista?
- ¿Cuántos libros clásicos he leído hasta la fecha?
- ¿Cuál es mi grado de conocimiento de la historia?
- ¿Sé quién soy, de dónde vengo y a dónde voy?
- ¿Por qué y para qué estudio Periodismo?



CONCEPTOS BÁSICOS A RETENER

- **Verdad.** En primera instancia es la naturaleza, origen, objeto y finalidad de cada realidad, independientemente de que la conozcamos o no o de lo que pensemos de ella. «La verdad es lo que es, /y sigue siendo verdad/ aunque se piense al revés» (Machado). En segunda instancia es la adecuación de nuestra mente a la realidad o conformidad de la inteligencia con lo que las cosas son, su origen y finalidad natural, y su relación con nosotros. Requiere una apertura mental y vital a la realidad, y saber que esta es multiforme e inabarcable y con una gradación en cuanto a su importancia para nosotros. De ahí que haya un *feedback* con el sentido crítico.
- **Pasión por la verdad.** Deseo de conocer la realidad y motor y base, y primera meta, del sentido crítico. La última meta en la relación intrínseca entre verdad y sentido crítico es el descubrimiento gozoso de las verdades que son buenas y que ayudan al enriquecimiento humano. La pasión por la verdad es solidaria y supone el motor de la participación activa en el diálogo público que supone la comunicación social.
- **Sentido crítico.** Parte de la virtud de la prudencia que consiste en discernir y separar lo verdadero y lo falso; lo importante de lo banal; lo permanente de lo transitorio; lo trascendente de lo efímero; lo profundo de lo superficial; lo acabado de lo inacabado; lo cierto de lo dudoso; lo que me enriquece y me eleva de lo que me empobrece y me degrada; lo público y lo privado; la buena información de la desinformación y la manipulación; etc.
- **Libros clásicos.** Aquellas obras literarias que han reflejado con mayor belleza, profundidad y amenidad las verdades permanentes y vitales sobre el origen y la finalidad, y las pasiones, sentimientos y luchas del corazón humano, por lo que han superado el paso del tiempo y son siempre reveladoras, necesarias y actuales en cualquier época y lugar. La lectura reflexiva de los clásicos es imprescindible para alcanzar un acendrado sentido crítico, y forman parte importantísima de la autoformación.
- **Autoformación.** Deber de responsabilizarnos personalmente por buscar y poner todos los medios a nuestro alcance para adquirir todos los conocimientos y las virtudes intelectuales y morales que necesitamos para realizarnos como personas en nuestra relación interactiva con los demás, en las

diversas etapas de nuestra vida y en las diversas funciones profesionales y sociales que tengamos. Lo cual supone un gratísimo esfuerzo de estudio y reflexión permanente que, graduado por la prudencia, requiere de petición de ayuda y consejo y de una constante actualización de acuerdo con las necesidades de cada momento. Aunque la familia y los profesores ayuden, la formación de cada uno es, a la postre, autoformación, pues depende del interés, agradecimiento, inconformismo intelectual, reflexión sobre lo aprendido, capacidad de profundización, relación y aplicación vital de cada uno.



LECTURAS RECOMENDADAS

Mito, tragedia, poética y comedia en la civilización grecolatina

- *Antígona* (Sófocles).
- *Eneida* y *Églogas* (Publio Virgilio Marón).
- *Fábulas* (Cayo Julio Fedro).
- *Fábulas* (Esopo).
- *Ilíada* y *Odisea* (Homero).
- *La olla* y *El soldado fanfarrón* (Tito Maccio Plauto).

Épica histórica en el mundo grecolatino

- *Anábasis* (Jenofonte).
- *Historia de la guerra del Peloponeso* (Tucidides).
- *La guerra de las Galias* (Julio César).

Las primeras cumbres del pensamiento filosófico y de la sensatez

- *Apología de Sócrates, Timeo, Banquete, Fedro y Alcibíades* (Platón).
- *De officiis* y *De oratore* (Marco Tulio Cicerón).
- *Los recuerdos* (Marco Aurelio).
- *Metafísica, Política y Ética a Nicómaco* (Aristóteles).

El libro de los libros

- *La Biblia*.

La autobiografía más leída e influyente de todos los tiempos

- *Las confesiones* (san Agustín).

Las grandes cimas (literaria y filosófica) de la época medieval

- *La divina comedia* (Dante Alighieri).
- *Summa theologiae* (santo Tomás de Aquino).

Las tres grandes cumbres absolutas (novela, poesía y teatro)

- *El Quijote* y *Novelas ejemplares* (Miguel de Cervantes).
- *Hamlet, Otelo, Macbeth, El rey Lear* y *El mercader de Venecia* (William Shakespeare).
- *Poesía completa* (san Juan de la Cruz).

La «selección española» clásica (ss. X-XIX)

- *Cantar de mio Cid* (anónimo).
- *Coplas a la muerte de su padre* (Jorge Manrique).
- *El condenado por desconfiado* (Tirso de Molina).

- *El lazarillo de Tormes* (anónimo).
- *Fuenteovejuna* (Lope de Vega).
- *Historia del buscón don Pablos* y *Los sueños* (Francisco Gómez de Quevedo).
- *La celestina* (Fernando de Rojas).
- *La vida es sueño* y *El gran teatro del mundo* (Calderón de la Barca).
- *Milagros de Nuestra Señora* (Gonzalo de Berceo).
- *Misericordia* (Benito Pérez Galdós).
- *Rimas y Leyendas* (Gustavo Adolfo Bécquer).

La «selección mundial» clásica (ss. XVII-XIX)

- *Ana Karenina* (León Tolstói).
- *Atalía* (Jean Racine).
- *El misántropo* y *El avaro* (Molière).
- *El retrato de Dorian Gray* (Oscar Wilde).
- *El vicario de Wakefield* (Oliver Goldsmith).
- *Fábulas* (Jean de La Fontaine).
- *Fausto* (Johann Wolfgang von Goethe).
- *Los hermanos Karamazov* (Fiódor Dostoyevski).
- *Las aventuras de Telémaco* (François Fénelon).
- *Los novios* (Alessandro Manzoni).
- *Los viajes de Gulliver* (Jonathan Swift).
- *Madame Bovary* (Gustave Flaubert).
- *Martín Fierro* (José Hernández).
- *Robinson Crusoe* (Daniel Defoe).

Veinticinco maravillas del siglo XX

- *A sangre fría* (Truman Capote).
- *Alfanhuí* (Rafael Sánchez Ferlosio).

- *Cisnes salvajes* (Jung Chang).
- *Diario de un cazador* (Miguel Delibes).
- *Diario de un cura rural* (George Bernanos).
- *El bosque animado* (Wenceslao Fernández Flórez).
- *El caballo rojo* (Eugenio Corti).
- *El candor del padre Brown y Ortodoxia* (Gilbert Keith Chesterton).
- *El don apacible* (Mijail Aleksandrovich Sholójov).
- *El guardián entre el centeno* (Jerome David Salinger).
- *El hobbit* (John Ronald Reuel Tolkien).
- *El principito* (Antoine de Saint-Exupéry).
- *El viejo y el mar* (Ernest Hemingway).
- *Fahrenheit 451* (Ray Bradbury).
- *La corona de los ángeles* (Gertrud von Le Fort).
- *La perla* (John Steinbeck).
- *La rosa* (Camilo José Cela).
- *Los Buddenbrook* (Thomas Mann).
- *Los restos del día* (Kazuo Ishiguro).
- *Platero y yo* (Juan Ramón Jiménez).
- *Proverbios y cantares* (Antonio Machado).
- *Rebelión en la granja* (George Orwell).
- *Relato de un naufrago* (Gabriel García Márquez).
- *Retorno a Brideshead* (Evelyn Waugh).
- *Romancero gitano* (Federico García Lorca).

La cumbre del siglo XX

- *El señor de los anillos* (John Ronald Reuel Tolkien).



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básica

AGUADED-GÓMEZ, J. I.: «La competencia mediática, una acción educativa inaplazable», *Comunicar*, vol. XX, núm. 39, 2.º semestre, octubre 2012, págs. 7-8.

ÁLVAREZ TEIJEIRO, C.: «Manipulación informativa», en J. A. Agejas y J. F. Serrano, *Ética de la comunicación y de la información*, Barcelona, Ariel, 2003, págs. 85-110.

BLÁZQUEZ, N.: *Ética y medios de comunicación*, Madrid, BAC, 1994.

CHANCELLOR, J. y MEARS, W. R.: *The news business*, New York, Harper & Row, 1993.

CONSEJO PONTIFICIO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES: *Ética en las Comunicaciones Sociales*, Ciudad del Vaticano, 2000.

GALDÓN LÓPEZ, G.: «Información, desinformación, manipulación», en G. Galdón López, *Introducción a la comunicación y a la información*, Barcelona, Ariel, 2001, págs. 47-75.

— *La enseñanza del periodismo. Una propuesta de futuro*, Barcelona, CIMS, 1999.

— *Cómo solucionar los problemas familiares*, Madrid, Palabra, 1996.

— *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Pamplona, Eunsa, 1994.

En la red

PÉREZ TORNERO, J. M.: *Máster Oficial en Comunicación y Educación Audiovisual*, Universidad Internacional de Andalucía, La Rábida, 18 enero 2012 <<http://www.unia.es/content/view/2774/165/>>.

Avanzada

ANDERSON, E.: *The Daily Telegraph*, June 8, 1994.

FRAGUAS DE PABLOS, M.: *Teoría de la desinformación*, Madrid, Alhambra, 1985.

FINKIELKRAUT, A.: *La derrota del pensamiento*, Barcelona, Anagrama, 1987.

EINSTEIN, A.: *Mi visión del mundo*, Barcelona, Tusquets, 1995.

IBÁÑEZ MARTÍN, J. A.: *Hacia una formación humanística*, Barcelona, Herder, 1975.

JUAN PABLO II: *Christifideles laici*, Ciudad del Vaticano, 1988.

LASCH, C.: *La cultura del narcisismo*, Santiago de Chile, 1999.

LEWIS, C. S.: *La abolición del hombre*, Madrid, Encuentro, 1987.

- LIPOVETSKY, G.: *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama, 1992.
- *L'empire de l'éphémère*, Paris, Gallimard, 1987.
- LÓPEZ QUINTÁS, A.: *Tolerancia y manipulación*, Madrid, Rialp, 2001.
- *La revolución oculta*, Madrid, Promoción Popular Cristiana, 1998.
- *Cómo formarse en ética a través de la literatura*, Madrid, Edibesa, 1994.
- LLANO, A.: *La nueva sensibilidad*, Madrid, Espasa Calpe, 1988.
- MARTÍNEZ LUCENA, J.: *Los antifaces de Dory. Un retrato en «collage» del sujeto posmoderno*, Barcelona, Scire, 2008.
- POSTMAN, N.: *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del «show business»*, Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 1987.
- RAMONET, I.: *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Debate, 2001.
- REVEL, J. F.: *El conocimiento inútil*, Barcelona, Planeta, 1989.
- RICHARD, P.: *Critical thinking: what every person needs to survive in a rapidly changing world*, Rohnert Park, California, Center for Critical Thinking and Moral Critique, 1990.
- SARTORI, G.: *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 2002.
- SOMMERVILLE, J.: «Why the news maker us dumb», *First Things*, October 16, 1991, págs. 24-25.
- VATTIMO, G. y ROVATTI, P. A.: *El pensamiento débil*, Madrid, Cátedra, 2000.