

La Información, Constructiva y Objetiva: Díaz G.

SEÑOR director: A pesar de las interesantes sugerencias hechas por el Primer Mandatario en su reciente Informe Anual a la nación, parece seguir existiendo confusión respecto al derecho a la información. Por ello, como ciudadano, me dirijo a través de ese excelente foro de la opinión pública que es EXCELSIOR, a los legisladores y público en general.

Seguramente que algún día —cuando se den las condiciones y existan los recursos para que cada individuo se desarrolle sana y constructivamente hasta alcanzar la gran madurez que el potencial humano permite —la información alcanzará un altísimo grado de objetividad, es decir, que sólo se podrá informar aquello que esté fundado en observaciones fidedignas y en datos verificables. Esto, con ser una característica sinequanon para todo tipo de información que pueda afectar a la sociedad en su conjunto, al presente sólo puede ser un objetivo ideal que los informadores maduros deben tratar de alcanzar.

Pero con ser lo anterior difícil, no es suficiente, dada la responsabilidad inherente a la información que llegue al público en general. Más allá de llenar el requisito de tanta objetividad como sea posible, la comunicación deberá estar iluminada por los valores de una convivencia social de tipo constructivo, es decir, que, tratase de crítica negativa o positiva sobre algo, alguien o algún evento, su objetivo fundamental es el de propiciar avance y mejoría, sea en el campo económico, social, psicológico, espiritual, etc., de los individuos y de la comunidad.

A estas dos condiciones ideales de la información: objetividad y constructividad, acerca de eventos o condiciones del ecosistema humano, en el que todos vivimos, habrá que añadir otro tipo necesario de información. En este caso, se trata de la información subjetiva que individuos, informadores profesionales, quieran difundir por considerarla, desde su muy particular punto de vista, como información valiosa. Esta información, valiosa según los individuos informantes, puede versar sobre política, abordar la estética, el área literaria, el área filosófica y demás. En todos estos casos, en donde se trata de opiniones de los individuos acerca de cómo debe ser, y no cómo es, el mundo externo, deberá probablemente hacerse claro que se trata de opiniones personales y, forzosamente, subjetivas. Aunque resultaría engorroso, o poco elegante, el indicar al final de cada párrafo si se trata de información. Asimismo, respecto a

si se trata de opiniones personales, es de gran importancia que los informadores se hagan altamente conscientes de la enorme diferencia que existe entre estos dos tipos de información. Así mismo, respecto a ellos, cualquier tipo de legislación sólo puede ser sugerente, más que legislación que pueda llevar a cargos y a castigos.

Pero más allá de lo anterior, es importante que me refiera a un caso concreto en donde la información sí puede ser claramente legislada, y en este caso, con castigos. Tomemos como ejemplo un reciente caso de publicidad desbordada a través de un medio masivo de comunicación. Antes de entrar en materia es bueno indicar que, en términos generales, todos los medios masivos de comunicación con los que contamos en México, proveen información que considero más bien positiva que negativa para el desarrollo, tanto de los individuos mexicanos, como de su sociedad. Sin embargo, hay excepciones y en este caso me quiero referir particularmente a publicidad consumista dirigida a niños, la que considero, en general, como francamente negativa.

Recientemente algún brillante publicista cayó en la cuenta del tremendo potencial que la canción folclórica mexicana puede tener para ser utilizada en anuncios. El anuncio al que me refiero dice: "Pero de hoy en adelante solamente... (una marca de dulces)", aprovechándose del tremendo impacto de la canción ranchera de la que provienen las primeras palabras.

Yo creo que entre las leyes acerca del derecho de la información debe haber una que diga algo así como: "Para propósitos de publicidad, a través de los medios masivos de comunicación o por otros medios, quedará estrictamente prohibido el utilizar canciones folclóricas o mexicanas en general, o versos, o dichos, o literatura mexicana con el propósito de hacer comerciales".

Para tales usos, en lo futuro, debería ciertamente haber fuertes castigos, a fin de evitar que el folclor, la literatura o la filosofía de México, sean vilmente utilizadas para hacer que los sujetos, particularmente los niños, consuman productos.

Ojalá estas breves consideraciones sean tomadas en cuenta dentro del debate acerca del derecho a la información. Creo que los psicólogos, y otros dedicados al estudio del hombre y la sociedad, pueden contribuir sanamente al mismo.

Atentamente,

Dr. Rogelio Díaz Guerrero,
decano, Facultad de
Sicología, UNAM.