

## Información e informantes

**Por: Antonio Lorca Siero. Rebelión. 20/09/2019**

Pese a las puertas abiertas por internet, la información sigue siendo un coto privado dirigido por unos pocos y manejado a pie de calle por informantes oficialmente habilitados para ejercer. Establecida una doble dependencia, se mueve, además de por diversos intereses, iluminada por la publicidad y la propaganda.

De un lado está el negocio de vender, en el que juega un papel determinante el marketing y fundamentalmente la publicidad. Porque *vender* es en definitiva lo que interesa a los dirigentes. Por otro, anejo al negocio y soporte del mismo, está el asunto del *poder*, al que lógicamente aspira el gremio. En cuanto a la organización del tinglado, estructurado en empresas, tiene que seguir la línea marcada por *la doctrina* económica dominante. Lo que se refiere al poder, ha de basarse en ganar el favor de las masas desde el atractivo de la *noticia* servida, traducido en ventas, y que luego crean en sus *verdades*. Lo que conforma la afinidad de pensamiento, que a continuación se traduce en aumento de la demanda material y, por consiguiente, mayor poder. Este último definido en términos de influencia, entendida como valor añadido al simplemente contable de la actividad principal.

La propaganda interviene en este caso como componente del marketing, puesto que para contar con una licencia de venta se exige fidelidad a las consignas del poder oficial, quien en último término sirve de soporte real a ese otro *poder menor* del gremio informante. Hay que tener en cuenta que si este pierde su favor porque se rebela, siempre tendrá la opción de clausurar el chiringuito por cualquier vía, acabando así con el negocio mercantil y ese otro poder de humo que tanto seduce a los amos de la información. Cerrado el negocio desaparecen la afinidad, la fidelidad y la influencia para tomar la senda del olvido. Atenerse a la propaganda, tiñendo con ella los hechos que acontecen es clave para la tarea de informar. Se sabe y se tiene en cuenta, pero se aborda la cuestión marcada por la oficialidad tomando varias direcciones. Los más torpes en mercadotecnia entienden que deben seguir sin desviarse un ápice de la doctrina oficial, mientras que los más avisados se mueven a veces a la contra para llamar la atención, acudiendo a la táctica de una de cal y otra de arena, o bien se encuadran en abierta oposición, jugando con *la apariencia*. Pese a tales estrategias todo está controlado. Ambas posturas y otras no tan definidas responden a *la marca comercial* empleada para ganar el mayor número

posible de seguidores, pero sin irritar en demasía al que manda. Pese a la diversidad de posicionamientos en esto de informar, hay un punto de confluencia general, que no es otro que atender al mercado y, de paso, influir en las masas para que sigan prudentemente las consignas del poder.

Sujeto a la doctrina del pensamiento establecido por *el dinero* y los dictados del poder oficial, la maquinaria de la información pone a trabajar a sus informantes para moldear *lo noticiable* adaptándolo a las circunstancias de cada momento, construyendo así la actualidad diaria. Siguiendo la línea ideológica, que a veces flota sin más en el ambiente y en otras se recomienda expresamente, el hecho puntual se infla o desinfla para acomodarle a la realidad del *espectáculo*. En el primer caso se vuelve de una machacona tenacidad repitiendo por acá y acullá el mismo soniquete; en el segundo, simplemente se oculta, y para evitar el vacío de ausencia de la noticia silenciada se suministran otros productos de repuesto.

No es que la libertad esté ausente, porque los informados son libres para imaginar y tal vez para especular, pero lo hacen con el riesgo de *perderse* al no ser asistidos por esa actualidad marcada y en ocasiones abiertamente prefabricada. En todo caso, desde el aspecto ilustrativo, la especulación individual no tiene tiempo de arraigar, porque a renglón seguido los informantes echarán mano de otras noticias para construir sobre nuevos hechos la cantinela de actualidad y el pensador quedará confundido con el colage de esas nuevas imágenes. He aquí la vía informativa para *educar en la ignorancia*, procurada por una ilustración prefabricada y lista para vender los nuevos productos ideológicos y, ante todo, mercantiles.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Concepto

**Fecha de creación**

2019/09/19