

¿Información veraz?

No hay “información veraz” y, por ende, “información mendaz”, sino “información verdadera” o “información falsa”. La veracidad o la mendacidad son cualidades del sujeto, del informador; pero no del objeto, en este caso, la noticia. Todos entendemos lo que la Constitución quiere decir y todos sabemos que la expresión “información veraz” es de uso corriente, si bien el **error gramatical del artículo 20** ahí está*.

ENRIQUE DE AGUINAGA

El periodismo, que anima los llamados medios de comunicación social (*Mass Communications*), no busca la verdad. Por lo tanto, las retóricas adscripciones de periodismo y verdad hay que aceptarlas con relatividades y reservas, aunque la verdad se haya instalado en las cabeceras de los periódicos, como *Pravda*, de Moscú, por ejemplo.

La primera pregunta, la gran pregunta, se la hizo Pilato a Jesús y está en los Evangelios Sinópticos (San Juan, 1967:1441):

Entonces Pilato le dijo: “Luego tu eres rey”. Respondió Jesús: “Sí, como dices, soy rey. Para esto he nacido yo y para esto he venido al mundo: para dar testimonio de la verdad. Todo el que es de la verdad escucha mi voz”. Le preguntó Pilato: “¿Qué es la verdad?”.

A poco que se analice, enseguida se en-

tiende que la verdad, concepto filosófico, de raíz profunda y enorme magnitud, no puede ser el objetivo del periodismo, que, a lo sumo, transmite verdades particulares (muy pocas, en relación con el universo de la verdad) y, en cualquier caso, teñidas de interpretación.

No es que el periodismo no quiera buscar la verdad. Es que no tiene capacidad ni disposición para ello. Más aún: aunque se lo propusiera, no podría conseguirlo, porque se lo impediría su propia naturaleza selectiva y valorativa de la realidad, asentada imperialmente en la subjetividad de cada medio de comunicación social. Conviene aquí recordar, una vez más, el cantar (Machado, 1969): “¿Tu verdad? No, la verdad, / y ven conmigo a buscarla. / La tuya, guárdatela”.

La verdad es y será siempre para el hombre un ideal a perseguir y no un

objetivo conquistable; y la objetividad, más que un hallazgo humano, es la fría realidad de las cosas en sí misma, que fue denominada por Kant como “nóumeno” o “lo en sí” (Vázquez, 1986).

Desde Walter Lippmann (1889-1974), está claro que el periodismo no busca la verdad, porque lo que busca es la noticia, que, evidentemente, no es lo mismo; aunque, por definición, la noticia periodística deba ser verdadera, eso sí, con una exigencia atenuada por matices y licencias.

El periodismo no busca la verdad, sino la noticia; aunque la noticia periodística deba ser verdadera

Al establecer el derecho a la libertad de información, la Constitución lo refiere al reconocimiento y protección del derecho a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Pero, sin más explicaciones, aquí la Constitución comete, al menos, una incorrección gramatical.

¿Información veraz?

No hay “información veraz” y, por ende, “información mendaz”, sino “información verdadera” o “información falsa”. La veracidad o la mendacidad son cua-

lidades del sujeto, del informador; pero no del objeto, en este caso, la noticia. Todos entendemos lo que la Constitución quiere decir y todos sabemos que la expresión “información veraz” es de uso corriente, si bien el error gramatical del artículo 20 ahí está.

El Tribunal Constitucional, por sentencia de julio de 1981, ha establecido que el requisito de veracidad de la información no exige “la demostración plena y exacta de los hechos”, ya que “está descartada la equiparación entre la veracidad de la información [...] y la objetividad de la misma, que expresamente no fue incluida”. Y añade:

No es requisito de la prueba de veracidad la demostración plena y exacta de los hechos imputados. Basta con un inicio significativo de probanza, que no es, ni lógicamente puede ser, la de la prueba judicial (Cuadra, 1991).

Efectivamente, como recuerda el Tribunal Constitucional, en el proceso de elaboración del artículo 20 de la Constitución, se partió del concepto de “información objetiva”, que, finalmente, fue sustituido por el concepto de “información veraz”. Así se llega a la sentencia del Juzgado de Primera Instancia número 59 de Madrid, que considera que la veracidad “debe interpretarse en el sentido de que la información rectamente obtenida y difundida es digna de protección, aunque su total exactitud sea controvertible o se incurra en errores cir-

cunstanciales que no afecten a la esencia de lo informado”¹.

Las interpretaciones de aquella índole nos sitúan en un orden de aproximaciones, que se puede representar en la decisión de la Corte Suprema de los Estados Unidos: “No hay necesidad de que el texto entrecomillado sea totalmente idéntico a las palabras pronunciadas en la calle, en una oficina o en el Parlamento”. Lo notable es que, en este caso, se recurra al ejemplo de la fotografía, como “deformación de la realidad desde dos o tres dimensiones”, para justificar que la atribución de frases entrecomilladas no sea literal, en cuanto que “el periodista siempre está obligado a un trabajo de reducción y transformación” (Riotta, 1991).

Lo interesante

Axiomáticamente, la noticia periodística lo es por ser “interesante”, de modo que, por desarrollo del discurso, ya podemos decir que el periodismo no busca lo “verdadero”, sino lo “interesante” y que esta búsqueda se efectúa como una criba de la realidad. Queden aquí, sobre la mesa, remitidas a otras instancias especulativas, las diferencias esenciales entre realidad y verdad (Miret, 1997).

Una perseverante reflexión, en un dilatado proceso de investigación docente, me ha conducido a la formulación teó-

rica del periodismo, por encima de formas, accidentes e instrumentos, como un sistema de clasificación de la realidad que utiliza dos operaciones (“selección y valoración”) en virtud de dos factores (“interés e importancia”).

Así, el periodismo divide la realidad, el universo de los hechos, en dos partes enormemente desiguales: “lo que interesa” y “lo que no interesa”. ¿Qué es lo que interesa? En Teoría del Periodismo, interesa lo determinado por los llamados Factores Objetivos de Interés General; es decir, lo que, en cada momento y en cada lugar, interesa al ente colectivo que conocemos como el público o la gente (Ortega, 1957).

A esta objetiva operación de selección, que divide el universo de la realidad en dos partes (A. “Lo interesante” y B. “Lo no interesante”), sigue un primer acto subjetivo (“lo que debe interesar” y “lo que no debe interesar”) aplicable a cada una de aquellas dos partes. De este modo se llega a una cuádruple subdivisión: A.1. “Lo que debe interesar de lo interesante”; A.2. “Lo que no debe interesar de lo interesante”; B.1. “Lo que debe interesar de lo no interesante”; y B.2. “Lo que no debe interesar de lo no interesante”.

Lo importante

“Lo que debe interesar”, independientemente de que interese o no interese,

¹ *El País*, “Una sentencia sobre el honor y la veracidad”, Madrid, 22 de julio de 1995.

es, en Teoría del Periodismo, “lo importante”. Lo importante viene determinado por los llamados Factores Subjetivos de Importancia Periodística. Aquí ya no opera el apetito del público o de la gente, sino la valoración propia de cada medio, que, como dice todos los días *The New York Times*, finalmente publica lo que, a su juicio, merece ser publicado (*All the news that's fit to print*).

Cada medio, en efecto, no solo divide la realidad en aquellas dos partes (“lo que merece ser publicado” y “lo que no merece ser publicado”), sino que, al mismo tiempo, determina “interpretativamente” cómo se publica “lo que merece ser publicado”. Esta es precisamente la función determinativa de contenidos, propia del director, asistido por el “derecho de veto², que puede dar lugar a tres modelos de periódico: el de lo interesante (A.1-A.2), el de lo importante (A.1-B.1) y el mixto (A.1-A.2-B.1)”.

“Todo periodismo”, por su propia naturaleza, “es interpretativo” y, por eso, no pasa de mera simpleza la primitiva y recurrente proposición de “separar informaciones y opiniones”. Habrá que repetir que el periodismo es un sistema que clasifica “interpretativamente” la realidad; pero, además, ya hay que añadir que la clasifica por sinécdoque, ofrecien-

do una parte como si fuera el todo. Así lo hace el periódico cuando elípticamente nos dice: “Esto es lo que ayer pasó en el mundo” o, más precisamente, “Esto es lo más importante de lo que ayer pasó en el mundo”. Y nos lo dice, a su juicio, con las 200 noticias a que se reducen las miríadas y miríadas de hechos que componen la realidad de ese día.

Realidad artificial

Este epítome de Teoría del Periodismo no solo no nos aleja de la proposición inicial (“medios de comunicación social y verdad”), sino que se constituye en su médula, en cuanto que el periodismo, mediante la interpretación inmanente y la opinión contingente, nos propone, con ánimo de persuasión, qué es lo que importa y qué es lo que no importa; qué es lo que existe y qué es lo que no existe (dice un aforismo: solo existe aquello que se conoce como existente), creando un dominante sistema de valores, creando una nueva realidad.

La idea de que el periodismo no se limita a dar una versión de la realidad, sino que, al mismo tiempo, crea una nueva realidad ya es clásica en los análisis teóricos. Títulos como *La invención de la actualidad* (Benito, 1995), *La producción de la noticia* (Tuchman, 1983)

² *El País, Estatuto de la Redacción* (artículo 12: “El director es el responsable de la línea editorial de *El País* ante los lectores y los tribunales, en el marco de los principios enunciados en este *Estatuto*. A tales fines, mantiene el derecho de veto sobre todos los originales, incluidos los de publicidad”), aprobado por la Junta General de Accionistas de Prisa, Madrid, 19-20 de junio de 1980.

o *La fabricación de la noticia* (Fishman, 1983) significan, en definitiva, que el sistema periodístico crea una realidad artificial en la que estamos inmersos naturalmente, con la misma naturalidad que el actor se mueve en el decorado teatral.

El sistema periodístico crea una realidad artificial, pero artificial no quiere decir falsa

“Realidad artificial” no quiere decir “realidad falsa”. La máquina con que escribo es artificial, pero no es falsa. Desde esta situación, los excesos de los medios, la conversión de los testigos en protagonistas puede conducir a la “democracia”; es decir, a esa dictadura democrática que degenera en tiranía de los medios (Mermet, 1987) y pone en riesgo a la propia democracia (Fallow, 1996).

Hay también una perspectiva española (Marías, 1997):

Después [de 1974] ha habido un nuevo distanciamiento entre la realidad y su presunta expresión... Desde varios frentes, se ha producido un desprecio a la verdad, de consecuencias muy graves, aunque no irreparables. Varios factores han contribuido a que esto suceda. El más importante, el enorme incremento de poder y eficacia de los medios de comunicación, cuyo alcance ha sido extraordinario. Todo ello favorecido por algo tan precioso como la libertad de expresión,

la ausencia de censura. Se dirá que esto hubiera debido permitir corregir todo abuso, mostrar las falsificaciones cuando se produjeran, restablecer los derechos de la verdad y el derecho a la verdad. Pero hay que preguntarse en qué manos han estado esos instrumentos, quién ha dispuesto de ellos...

Y una estampa más terrorífica (Foxá, 1958):

Esta “vincha”, nos dice el director [del Museo de Arequipa], servía para vendar los cráneos de los recién nacidos y producir sus espantosas deformaciones... Los grandes “trusts” periodísticos nos vendan las meninges... Quien posee actualmente la fuerza es el Dueño del Adjetivo... El Dueño del Adjetivo determina quienes son héroes, aunque a sus pies humeen las ciudades, y quienes criminales..., nuestra civilización ya no tiene salida, porque juega con la verdad. Estos pobres indios deformados eran unos cuantos cientos..., pero ahora andan millones y millones de hombres con el cráneo vendado...

Mentiras gacetales

Es en aquel caldo de cultivo donde no solo la verdad es suplantada por la noticia, sino también donde la falsedad no es extraña. Ya el Padre Feijóo (1676-1764) escribía acerca de las “mentiras gacetales” y, coetáneamente, Tobias

Peucer, autor de la primera tesis doctoral sobre periodismo (Leipzig, 1690), prevenía en contra de la tolerancia y consumo de la mentira, propios de las “*novellæ*”, como se llama a los periódicos de la época (Aguinaga, 1996). “Que la realidad no arruine tu reportaje”, dice un cínico proverbio de las redacciones.

Se cita frecuentemente la frase de Thomas Jefferson (1743-1826), que fue tercer presidente de los Estados Unidos (1801-1809): “Si tuviera que decidir entre Gobierno sin periódicos o periódicos sin Gobierno, no vacilaría un momento en escoger esta última opción” (1787). Pero, años más tarde, el propio Jefferson dejó escrito:

El hombre que jamás echa un vistazo a un periódico está mejor informado que aquel que los lee, en tanto... quien no sabe nada está más cerca de la verdad que aquel cuya mente está llena de falacias y errores (1807)... Los anuncios contienen las únicas verdades merecedoras de confianza que hay en un periódico (1819).

En un manual de principio de siglo, que ya es un clásico en la bibliografía del periodismo (Mainar, 1906: 168-170), se justifica el infundio como recurso para resolver la carencia de noticias. Sus recomendaciones, entre pintorescas y escandalosas, ahí están:

Se infundía inventando lo que no se sabe; pero entre eso y el mentir por mentir hay una gran distancia; tanto es, que

la mentira difícilmente resulta excusable y el infundio lo es casi siempre.

¿Es necesario infundiar? Disculpable, ya hemos visto que lo es; necesario puede que también lo sea. Cuando no hay noticias y el periódico aparece sin ellas, no se le ocurre pensar al lector que haya sido un día gris, sino que exclama: “¡Qué sosos están hoy los periódicos!”. No excusa al periodista el que no haya noticias; ha de darlas, y por eso, para cuando no abundan, es un recurso heroico saberlas inventar con buen ingenio o presentirlas por esfuerzo deductivo.

Quizá es lo mejor la verdad; pero el respetable público no siempre la acepta como mercadería de buena ley, y hay que entreverarla a las veces con su poquito de fantasías infundiosas.

Mejor sería no haber de infundiar; pero, pues ello es indispensable, hágase que nunca el lector, que aciertos y planchas olvida pronto, diga al leer: “Esto no puede ser”. Hágase que, a lo sumo, cuando dude, lo haga pensando que si no es verdad pudiera serlo lo que le cuentan.

No fue un “infundiador reportero”, sino el presidente-editor del diario *Ya*, José Emilio Rodríguez Menéndez, quien publicó en el mes de abril de 1997, en calidad de “exclusiva” y reiterada noticia de portada, el descubrimiento del paradero de Antonio Anglés, presunto asesino de las niñas de Alcàsser (1992), así como su

encuentro y entrevista en América. La “exclusiva” estaba urdida con todo género de falsedades, incluidas las fotográficas, que, poco después, fueron desveladas por la revista *Interviú* (9 de junio) como una alucinante patraña periodística.

Rodríguez Menéndez mintió pública y clamorosamente en su periódico, seguramente, como invención de la noticia, con el clásico objetivo periodístico de aumentar la venta de ejemplares. ¿Qué código deontológico se le aplicó? ¿Qué dijo al respecto la Asociación de la Prensa de Madrid? ¿Y la Asociación de Editores de Diarios de España? ¿Fue objeto de alguna sanción? El director de *Ya*, José María de Juana, dimitió, pero Rodríguez Menéndez siguió figurando como presidente-editor; es decir, como máximo responsable del periódico en el que engañó deliberadamente a sus lectores.

El mundo del revés

En la mentira de Rodríguez Méndez hubo deliberación; pero Ortega, en su famosa diatriba contra la prensa, va más lejos: aunque se propusiera la verdad, el periodismo no podría evitar sus aberraciones intrínsecas.

Habrían de no obrar sobre los periódicos los intereses, muchas veces inconfesables, de sus empresas; habría de mantenerse el dinero castamente alejado de influir en la doctrina de los diarios, y bastaría a la prensa abandonarse a su propia misión para pintar el mundo del revés... Cuanta más

importancia sustantiva y perdurante tenga una cosa o persona, menos hablarán de ella los periódicos, y, en cambio, destacarán en sus páginas lo que agota su esencia con ser un “suceso” y dar lugar a una noticia (Ortega, 1932: 1223).

Veinticinco años después, Gregorio Marañón, en el primero de sus imaginarios monólogos, en la Hemeroteca Municipal de Madrid, entra en sintonía con Ortega:

Abre un tomo cualquiera de esas colecciones. A veces puede leerse un año henchido de sucesos sin que se rastree una vez siquiera la huella de lo eterno. Todo esto, todo ese año tan penosamente vivido por muchos hombres -algunos pensaban que el año nuevo no llegaría jamás-, es hoy nada, nada. Los hechos que al ocurrir justificaban los grandes títulos de la primera plana, apenas flotan en el gran naufragio del pasar. Quizá un menúdo suceso escondido en un rincón nos parece hoy más digno de sobrevivir, porque, en su pequeñez histórica, está transido de humanidad directa. Más aún: leyendo esta crónica pretérita y rítmica se presiente que lo más importante para el porvenir no era nada de lo que se suponía, sino otras cosas más íntimas, que escaparon al patrón del interés de cada día (Marañón, 1945: 17).

Añade Marañón una consideración que

se puede tomar como la *ultima ratio* de los reproches intelectuales a la prensa:

La vida, hoy, es acción pura, sin el noble contrapeso de la razón. Acaso en eso resida la turbulencia trágica en que nos agitamos, odiándonos y matándonos los unos a los otros sin saber por qué. Y a esta acción, sin freno y sin tope, nos empuja el exceso de información, la información de los hechos secundarios, a los que da la actualidad falsa categoría: y, sobre todo, la esclavitud del pensamiento al ritmo de la noticia periódica que es incompatible con el libre juego de la meditación.

Y, finalmente, Marañón introduce un término clave y escandaloso, “aberración”, con el que signa la naturaleza aberrante del periodismo:

Los periódicos están inspirados por un monstruo anormal que se llama la actualidad, el cual, entre otras cosas, padece de un defecto de la vista que no sé cómo llamarán los oftalmólogos: consiste en la incapacidad de apreciar el verdadero color y las dimensiones exactas de las cosas. Lo que la actualidad juzga negro resulta, a veces, en la lejanía, blanco como la nieve; lo que se creía grande, puede ser un grano de arena, y así con lo demás.

He dedicado buena parte de mi investigación universitaria a la observación de aquellas aberraciones, en un plan-

teamiento que he llamado “el drama intelectual del periodismo”: ¿no es dramática la elección entre la perfección y la rapidez? ¿No es dramática la certeza de que el periodismo está parcializando la realidad? ¿No es dramática, en fin, la evidencia de que el periodismo crea una realidad artificial de carácter reflejo?

La satisfacción de la demanda produce la aberración de que se considere dogmática la complacencia del público

Todas estas reflexiones las he sintetizado en las que, a mi juicio, son las tres causas principales de la congénita aberración periodística: 1. El periodismo como estado de modificaciones; 2. El periodismo como satisfacción de la demanda; y 3. El periodismo como actitud apriorística (Aguinaga, 1982).

Habituales periodísticas

“El periodismo como estado de modificaciones” es consecuencia de la imposibilidad de informar de todo el universo de la realidad actuante o “actualidad”. Por eso se da por supuesta la “actualidad permanente” y se informa de la “realidad diferencial”. Así, el periódico de cada día viene a decir al lector: “Todo sigue igual que ayer, salvo estas alteraciones, salvo este estado de modificacio-

nes de la realidad”.

El estado de modificaciones de la realidad, convertido en hábito periodístico, produce la aberración de que la alteración se identifique o confunda con la realidad; que se considere que la realidad solo está constituida por lo diferencial, lo chocante o lo anormal y que lo permanente, lo vulgar o lo normal no forman parte de nuestro mundo.

“El periodismo como satisfacción de la demanda” es consecuencia del carácter social del periódico. Por eso se hacen concesiones para aumentar o sostener la recepción, medida de la calidad y de la competencia. El periódico, aunque no coincida con sus propósitos o convicciones, determina su contenido en función de la mayor demanda.

El periodismo, en definitiva, es un producto de la sociedad

La satisfacción de la demanda, convertida en habitualidad periodística, produce la aberración de que la empresa se identifique o confunda con la misión; de que se considere dogmática la complacencia del público (ese monstruo), de modo que la misión del periódico sea complacerle y que todo lo que no le complazca sea eliminado.

“El periodismo como actitud apriorística” es consecuencia de que, aunque sea la simple complacencia del público, todo periódico constitutivamente se pro-

pone algo y a ello condiciona su conducta periodística, que se podría resumir en la provocativa sentencia de que “cada periódico publica lo que le conviene o, al menos, como le conviene”.

La actitud apriorística convertida en habitualidad periodística produce la aberración de que los propósitos se identifiquen o confundan con la realidad; de que se informe desde los deseos y que se llegue a la tergiversación de que los hechos no sean importantes *per se*, sino porque se publican.

Alrededor de la verdad

Y la veracidad sufre en el imperio de aquellas aberraciones, en la lucha por la audiencia; en la idea de que, en definitiva, los periódicos venden lectores a los anunciantes; en la realidad de que los periódicos son resistentes a la rectificación; en la confirmación de que los periódicos sustituyen rápidamente una actualidad por otra; o en la evidencia de que los periódicos, inevitablemente, dan su propia versión de los hechos.

El periodismo, en definitiva, es un producto de la sociedad. Así, *La televisión no entontece al público; es el público el que entontece a la televisión* (Haro, 1989). Desde esta base, ¿es imaginable otro periodismo más veraz? ¿Es imaginable un periodismo de la normalidad, frente al periodismo de la alteración? ¿Es imaginable un periodismo que no sea simplemente estado de modificaciones, satisfacción de la demanda o actitud apriorística?

Un hipotético periodismo de aquella nueva traza requiere, evidentemente, un ámbito social igualmente nuevo. Quede aquí, en los alrededores de la verdad, el reto intelectual de un nuevo periodismo

para una nueva sociedad o de una nueva sociedad para un nuevo periodismo (Aguinaga, 1982). ■

*Texto remitido por el autor al director de la revista.

Bibliografía

- Aguinaga, Enrique de (1982): “De Ortega y Gasset al nuevo periodismo”, revista *Nuevo Índice*, n.º 4, Madrid.
- Aguinaga, Enrique de (1996): “Sobre la tesis de Paucer”, revista *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n.º 3, Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 71-83.
- Benito, Ángel (1995): *La invención de la actualidad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Cuadra, Bonifacio de la (1991): “La veracidad de la información no exige probar los hechos, según el Constitucional”, diario *El País*, Madrid, 20 de agosto.
- Fallow, James (1996): *Breaking the news: how the media undermine american democracy (Dar noticias: como los medios de comunicación socavan la democracia norteamericana)*. Washington.
- Fishman, Mark (1983): *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Tres Tiempos.
- Foxá, Agustín de (1958): *Los cráneos deformados*. Premio Mariano de Cavia.
- Haro Teglen, Eduardo (1989): “Bochco nos quiere engañar”, diario *El País*, Madrid, 6 de agosto.
- Juan, San (1967): “Evangelio según San Juan”, 18, 37-38, en *Biblia de Jerusalem*. Bruselas: Desclée de Brouwer (edición española).
- Machado, Antonio (1969): *Proverbios y cantares. LXXXV. Nuevas canciones. 1917-1930*, en *Antología poética*. Madrid: Salvat.
- Mainar, Rafael (1906): *El arte del periodista*. Barcelona: Soler.
- Marañón, Gregorio (1945): “Dos monólogos sobre la prensa y la cultura”, en *Hemeroteca Municipal de Madrid. XXV aniversario de su fundación*. Madrid: Artes Gráficas Municipales.
- Marías, Julián (1997): “Dos viejas frases”, diario *ABC*. Madrid, 30 de enero.
- Mermet, Gerard (1987): *Democrature. Comment les media trasforment la democratie*. París: Aubier.
- Miret Magdalena, Enrique (1997): *¿Es real la realidad?*, diario *El País*, Madrid, 16 de julio.
- Ortega y Gasset, José (1957): *El hombre y la gente*.
- Ortega y Gasset, José (1932): “Misión de la Universidad”, capítulo VI, en *Obras de Ortega y Gasset*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Riotta, Gianni (1991): “El Supremo de EE. UU. establece que las comillas deben reflejar el pensamiento y no las palabras”, diario *El Mundo*, Madrid, 14 de julio.
- Tuchman, Gaye (1983): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vázquez, Francisco (1986): “La veracidad informativa y su problemática”, en *Revista de Ciencias de la Información*, núm. 3. Madrid: Editorial Universidad Complutense.