COMUNICACIÓN 14

LA OBJETIVIDAD DE LA INFORMACIÓN PUESTA EN CUESTIÓN

CLAUDIA RAUSELL KÖSTER

Universidad de Alicante

La exigencia de objetividad aplicada a la información emana de una falacia, de la existencia de una única realidad. Pero la realidad es inabarcable, incomprensible, inconmensurable. Para seleccionar un acontecimiento que se ha producido en la realidad y elevarlo al rango de noticia, de acontecimiento que merece ser conocido por la opinión pública, se ha tenido que evaluar la importancia del acontecimiento, aplicando criterios subjetivos aunque más o menos ampliamente compartidos. Esta valoración puede ser más explícita o implícita en la elaboración lingüística de la noticia, mediante la presencia o ausencia de adjetivos, el orden del discurso etc., pero siempre está presente. Lo que llamamos objetividad, que refiere a que el periodista inhiba sus opiniones y sentimientos a la hora de transmitir una información, no conlleva más que a la uniformidad informativa y a una elaboración lingüística menos explícita que requiere del receptor códigos más sofisticados para desentrañar el punto de vista desde el que se selecciona y escribe la noticia.

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CREACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA. ENTRE LA REGULACIÓN Y LA AUTORREGULACIÓN

La extrema dependencia del sistema democrático de la labor que ejercen los medios de comunicación y sus limitaciones reabre periódicamente el debate en torno a cuál es la función que deben ejercer los medios y cómo regularla.

Los medios se mueven entre dos lógicas no siempre compatibles entre sí; por un lado ejercen la función de servicio público, de su existencia depende el buen funcionamiento del sistema democrático, y por otro son empresas con ánimo de lucro que se encuentran inmersas en una economía de mercado en la que tienen que competir

con otras para subsistir. Esta singular situación, que los distancia de otros servicios públicos como la sanidad y la educación para los cuales el Estado designa una cantidad “x” de sus ingresos, trae consigo un débil control jurídico de su actuación, se les exige pocas obligaciones pero también tienen pocos derechos. Por otra parte, su necesidad de subsistir en una economía de mercado en muchos casos los aparta de cumplir con su cometido de formar a la opinión pública en la pluralidad, en unos casos porque la mejor información no es la que más vende, y en otros casos por presiones empresariales ejercidas a través de la publicidad. Esto conlleva que desde distintos sectores se perciba la insuficiencia o ineficacia de los medios para llevar a cabo su función de servicio público y se abogue por su regulación, sea por vía jurídica, promulgando leyes, o por la vía de la autorregulación, promulgando decálogos y códigos deontológicos. Con estos últimos, surgidos por iniciativa de los propios interesados, se pretende dignificar su labor, puesta en cuestión desde diversos sectores sociales.

La innegable función política (y por otra parte legítima como veremos) que ejercen los medios de comunicación y la concepción, ampliamente extendida entre los periodistas pero también ampliamente contestada por los teóricos de la comunicación, de que los medios son meros intermediarios entre el sistema político y la opinión pública, desemboca en la exigencia de veracidad y objetividad de la información, como si fueran plausibles o incluso deseables, como bien demuestra el título del presente congreso “Veracidad y objetividad. Desafíos éticos en la sociedad de la información”.

2. VERACIDAD Y OBJETIVIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LA CONSTITUCIÓN Y EN LOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

Mientras la veracidad de la información sí que es exigible hasta cierto punto en los medios de comunicación, no ocurre lo mismo con el término relacionado de objetividad.

En tanto que derechos fundamentales, tanto la libertad de expresión como la libertad de información están recogidos en el Capítulo II del Título I de la Constitución Española de 1978.

El artículo 20 de la Constitución Española dice así:

- "1. Se reconocen y protegen los derechos :*
- a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.*
 - b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.*
 - c) A la libertad de cátedra.*
 - d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.*

Esta concepción liberal y abierta de la Constitución ha otorgado un amplio margen de actuación a la interpretación del Tribunal Constitucional, que a lo largo

de estos años ha ido sentando jurisprudencia. Y es precisamente la jurisprudencia sentada por el Tribunal Constitucional la que ha otorgado a estos derechos la trascendencia jurídica de la que hoy gozan. La diferenciación y delimitación entre estos dos derechos fundamentales, la libertad de expresión y la libertad de información, más allá del interés que puedan tener para los juristas, responsables de aplicar a casos concretos lo estipulado en la ley y lidiar entre los intereses de una y otra parte en litigio, tiene una trascendencia político social. De hecho el desarrollo de las distintas teorías de la comunicación ha borrado las fronteras, otrora cristalinas entre información y opinión, poniendo el acento en lo mucho que hay de opinión en la mera selección de una información, como revelan los estudios de la agenda mediática. Todo ello ha dado lugar a que las interpretaciones del TC hayan sido menos dogmáticas, o se hayan mostrado más sensibles con la situación social que los confronta, que rigurosos con la literalidad de la norma escrita que los legitima, de lo que es frecuente en el discurso jurídico. Como subraya R. Rebollo Vargas (1992), el Tribunal Constitucional ha sentido la necesidad de delimitar el contenido del derecho a la información y distinguirlo con respecto a la libertad de expresión, con la que en un principio se solapaba. En las sentencias 6/88 y 107/88 la posición del Tribunal es concluyente. En primer lugar, mientras que la libertad de expresión es muy amplia, refiere a pensamientos, ideas u opiniones, la libertad de información se limita a informaciones veraces, es decir a hechos noticiables. No es pues gratuita la distinción lingüística entre los términos "expresión" e "información" por un lado; remitiendo la primera a pensamientos, ideas y opiniones y la segunda más concretamente a hechos. En segundo lugar, mientras la información se exige que sea veraz, no sucede lo mismo con respecto a la libertad de expresión, puesto que los pensamientos ideas u opiniones no son susceptibles de ser verdaderos o falsos. El reconocimiento en nuestro texto constitucional del derecho a la información está vinculado estrechamente a una característica que debe reunir la información: ha de ser veraz. Ésta es una característica que, en función de cómo se interprete, puede llegar no sólo a distorsionar el propio derecho a la información sino incluso a convertirlo en un simple principio programático sin viabilidad efectiva.

Conceptualmente es muy complicado perfilar una definición de verdad. En toda comunicación existe siempre un componente de carácter valorativo por parte del informador que la transmite, en cuanto que subraya ciertos aspectos y no otros. El TC con una depurada técnica, sostenida por la mayoría de la doctrina y que tiene su origen en la jurisprudencia norteamericana y alemana, va a perfilar cuáles son los requisitos exigibles a la información veraz, consolidando con ello distintas opciones sobre la oferta de información que contribuyan a la formación de una opinión pública libre y plural, alejando, por el contrario, las informaciones manifiestamente falsas o con propósitos distorsionadores. En la sentencia 168/86 y el propio TEDH en el asunto de Lingens sostienen que el derecho *a comunicar información se refiere*

especialmente a hechos que pueden encerrar trascendencia pública. En el fundamento 5 de esta misma sentencia el TC sostiene:

“Cuando la Constitución requiere que la información sea veraz, no está tanto privando de protección a las informaciones que puedan resultar erróneas -o sencillamente no probadas en juicio- cuando estableciendo un específico deber de diligencia sobre el informador, a quien se le puede y debe exigir que lo transmita como hechos que hayan sido objeto de previo contraste con datos objetivos, privándose así de la garantía constitucional a quien defraudando el derecho de todos a la información actúe con menosprecio de la veracidad o falsedad de lo comunicado.”

Como dice el Tribunal, el hecho de que algunas de las informaciones transmitidas sean erróneas es inevitable en un debate libre, de lo contrario, al pretender imponerse la verdad, la única garantía de seguridad jurídica sería el silencio. Este parecer se corrobora en el fundamento 5 de la STC 105/90.

Información veraz en el sentido del art. 20.1.d significa, pues, información comprobada según los cánones de la profesionalidad informativa, excluyendo invenciones, rumores o meras insidias.

Aquí se remite a la indefinición del ámbito mediático, que no posee ni unos cánones de profesionalidad informativa comúnmente aceptados, ni unos códigos deontológicos a los que todos los medios se subscriban.

Y en el f.j. 8 de la sent. 105/90:

“Los errores informativos intrascendentes han de estimarse protegidos también por el derecho constitucional de información. De otro modo, la posibilidad ilimitada de acciones civiles por tales errores, podría ser una amenaza latente que pusiese en peligro el espacio constitucionalmente protegible en una sociedad democrática para la comunicación libre de informaciones.”

Esta laxitud del concepto de información verdadera, que favorece la libertad de expresión y la de comunicar información, por otro lado dificulta todavía más una posible exigibilidad del derecho a recibir información veraz como subraya Remedios Sánchez Ferriz (1995).

En los códigos deontológicos (FAPE, Col.legi de Periodistes de Catalunya) a los que se subscriben los diferentes medios en España y libros de estilo de algunos periódicos como el del El País, se hace referencia expresa a esa exigencia de veracidad de la información con todos los matices que ya recogen las sentencias del Tribunal Constitucional, así como a la obligación de separar información de opinión, sin embargo no se hace alusión a la exigencia de objetividad y ello probablemente se deba a varios motivos.

En la realidad mediática es difícil encontrar la información y la opinión en su forma pura y separadas. Consciente de ello el TC ofrece una solución en el fundamento jurídico 5 de la Sent. 6/88.

“Es cierto que en los casos reales que la vida ofrece, no siempre es fácil separar

la expresión de pensamientos, ideas y opiniones, de la estricta comunicación informativa pues, la expresión de pensamientos necesita a menudo apoyarse en la narración de hechos y, a la inversa, ... ello aconseja, en los supuestos en que pueden aparecer entremezclados elementos de una y otra significación, atender, para calificar tales supuestos y encajarlos en cada uno de los apartados del art. 20, al elemento que en ellos aparece como preponderante."

En la sentencia 171/90 incluso se opone a la asepsia informativa. El TC siguiendo al TEDH caso Handyside de 1976 entiende en su f.j. 9 que:

"La comunicación periodística supone ejercicio no sólo del derecho de información en el que los aspectos institucionales y la tutela del receptor de la información resulta más relevante, sino también el derecho más genérico de expresión por lo que la libertad de prensa exige el reconocimiento de un espacio de inmunidad constitucional protegido, no sólo para la libre circulación de noticias, sino también para la libre circulación de ideas y opiniones. La limitación del derecho a la información, al relato puro, objetivo y aséptico de hechos no resulta constitucionalmente aceptable ni compatible con el pluralismo, la tolerancia y la mentalidad amplia sin los cuales no hay sociedad democrática, pues la divergencia subjetiva de opiniones forma parte de la estructura misma del aspecto institucional del derecho a la información."

Esta opinión es compartida por Carlos M. Arroyo Gonçalves, que en su artículo "Sobre la imposibilidad de pensar en la objetividad de la información" recuerda que el término de objetividad se dio en una época en la que los principios positivistas estaban aún muy arraigados y en la que todo lo que fuera científico gozaba de aura de prestigio. Se recupera una discusión antigua: el problema de la concepción de la realidad, donde históricamente se encuentran por lo menos dos posiciones bien diferenciadas, el materialismo y el idealismo, académicamente expresadas en corrientes (o paradigmas de producción de conocimiento) "opuestas" como el positivismo y la hermenéutica.

Frente al positivismo la hermenéutica plantea diferentes maneras de ver el mundo, otras formas de interpretarlo. El paradigma hermenéutico da mayor peso no a lo que es, sino a la interpretación de lo que es. De algún modo, dice: *"no interesa llegar a un conocimiento objetivo, sino llegar a un conocimiento consensuado [por lo tanto] el paradigma hermenéutico implica una lógica muy distinta, ésta ya no está en tratar de obtener un conocimiento objetivo, sino un conocimiento que permita entender lo que está pasando, a partir de una interpretación -más o menos ilustrada-... "* (Orozco, 1997:33). Y ocurre que este paradigma, a diferencia del positivismo, se adecua más a la naturaleza del ser humano, que como sujeto social entiende, construye y controla su realidad en comunidad, estableciendo consensos o mutuos acuerdos. El ser humano siempre está interpretando las cosas, sea a partir de sus experiencias o a partir de conocimientos sistematizados, los cuales se constituyen en mediadores de la producción de conocimientos.

3. LA OBJETIVIDAD DE LA INFORMACIÓN SEGÚN LOS PERIODISTAS

Gaye Tuchman en su clásico artículo "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas" examina tres factores que ayudan a un periodista a definir un "hecho objetivo": forma, contenido y relaciones ínter organizativas. Muestra que a la hora de discutir el contenido y las relaciones ínter organizativas, aunque el periodista sólo puede invocar su propio juicio periodístico sin embargo proclama su objetividad citando los procedimientos que ha seguido y que se constituyen en atributos formales de una noticia. Por ejemplo, el periodista puede sugerir que ha citado a terceras personas en lugar de ofrecer simplemente sus propias opiniones. Tuchman entiende por forma aquellos atributos de las noticias que son fruto de ciertos procedimientos informativos, como es el caso del uso de las comillas. Por contenido entiende aquellas nociones de la realidad social que los periodistas dan por sentadas. El contenido también está relacionado con las relaciones ínter organizativas del periodista, porque sus experiencias con esas organizaciones le conducen a dar por sentadas ciertas cosas acerca de ellas. El informador ha de decidir en poco tiempo la validez, fiabilidad y "verdad" de algo puesto que la noticia se elabora diariamente. Cada noticia narra una serie de "hechos" elegidos y estructurados por el periodista que es el responsable de la exactitud de cada uno de ellos. Los periodistas alegan que si recopilan y estructuran "los hechos" de un modo independiente, sin prejuicios e impersonal, son objetivos. Afirman que aunque han de poner en tela de juicio los hechos recurriendo a las fuentes, algunos de ellos simplemente han de ser aceptados como "verdaderos" sin más. Atribuyen "objetividad" a los "hechos" que pueden ser verificados. La verificación supone hacer uso de procedimientos apropiados como por ejemplo llamar por teléfono a la oficina del Registro Civil para comprobar si tal hombre es efectivamente el marido de tal mujer. Si la verificación es necesaria pero no puede conseguirse, los periodistas pueden recurrir a otras estrategias, para proclamar su objetividad.

En primer lugar, deben presentar todas las versiones del conflicto: Los periodistas han de ser capaces de presentar "hechos", aunque la veracidad de algunos de ellos no sea fácilmente comprobable. Muchas noticias consisten en afirmaciones de dirigentes. Ciertamente no se puede siempre comprobar la validez de una afirmación y valorar hasta qué punto la afirmación realizada es o no un "hecho", pero se puede determinar que el dirigente afirmó "A". Los periodistas entienden que la afirmación "X dijo A" es un "hecho", aunque "A" sea falso. Pero dado que "A" no puede ser verificado, el consumidor de noticias puede acusar al reportero y a su empresa informativa de parcialidad (o de "favorecer" al dirigente X) si no presenta también la opinión alternativa: "El dirigente Y dice "B". Aunque el reportero tampoco pueda comprobar por sí mismo la verdad de esta segunda afirmación, puede buscar a alguien que sí pueda. Por ejemplo, puede preguntar a otra fuente. Si ésta afirma que la acusación del dirigente X es "falsa", el reportero

no podrá probar que aquella afirmación fuera un hecho. De todas maneras podrá escribir que el dirigente Y afirmó "B". Al presentar ambas declaraciones afirma que es "objetivo" porque presenta "ambos lados de la historia" sin favorecer a un partido político o a persona alguna y deja supuestamente que sea el consumidor de la noticia quien decida quién dice la verdad. Tuchman plantea que decir que esta práctica es un mecanismo para sostener la objetividad es problemático porque siempre se podría proporcionar un número mayor de declaraciones y datos para que el consumidor esclarezca la veracidad. De todos modos, los periodistas dicen ser "objetivos" cuando emparejan estas reclamaciones de verdad y las publican conforme van sucediéndose día tras día. El consumidor de noticias no recibirá en un solo día todos los lados de una historia, pero irá viendo en un período de tiempo una diversidad de puntos de vista sobre el tema. Tuchman concluye categórica "En tanto en cuanto definamos la "objetividad" como "atención hacia objetos externos a la mente" y llamemos "objetivo" a lo que "pertenece al objeto del pensamiento y no al sujeto pensante" (ambas definiciones de diccionario), será difícil sostener, como hacen los periodistas, que presentar posibilidades en conflicto genera objetividad".

En segundo lugar, los periodistas deben presentar evidencias sustentadoras de la afirmación. Por supuesto, hay ocasiones en que el periodista puede obtener una evidencia que sostenga una reclamación de verdad. Una evidencia sustentadora es la cita y colocación de "hechos" adicionales que comúnmente se aceptan como verdad. Por ejemplo, el asistente del director pidió que "se hicieran necrológicas más objetivas". Después de leer una nota que describía al fallecido como un "músico magistral", preguntó: "¿y cómo sabemos que el fallecido era un "músico magistral", y no un "músico de tres al cuarto" que tocaba en la banda municipal?" Se le dijo que unos párrafos más abajo en la nota constaba que el fenecido había tocado con John Philip Sousa. El "hecho" adicional, convino el jefe de edición, justificaba el término "músico magistral". La afirmación de los periodistas, de que "los hechos hablan por sí mismos" es instructiva. Pero como bien expresa Tuchman, es una obviedad sociológica que los "hechos" no hablan por sí mismos. La afirmación y aceptación de los "hechos" depende en gran medida de los procesos sociales.

En tercer lugar, el periodista debe hacer un uso juicioso de las comillas. Los periodistas consideran el citar la opinión de otras personas como una forma de objetividad. Al intercalar la opinión de alguien más, creen que se alejan ellos mismos de la participación en la historia, y con ello dejan que los "hechos" hablen por sí mismos. Sin embargo el periodista siempre puede seleccionar una opinión que es afín a su propia visión de los hechos y descartar otras que discrepan. El uso de las citas para evitar la presencia del periodista en el relato se extiende hasta el uso de las comillas como un dispositivo para señalar ciertos aspectos. Por ejemplo, la comilla puede usarse para significar "ésta es una afirmación realizada por alguien que no es el periodista mismo". También pueden tener el significado de "sic". Por ejemplo, Nueva Izquierda (sin comillas) designa a un grupo. "Nueva Izquierda" (con comillas) indica a

un grupo que se llama a sí mismo Nueva Izquierda; en este caso, la legitimidad del grupo es puesta en cuestión.

En cuarto lugar, el periodista debe estructurar la información de forma apropiada. Este es otro procedimiento para denotar objetividad. La información más importante de un acontecimiento ha de presentarse en el primer párrafo, y los párrafos sucesivos contendrán la información de menor importancia. Es la clásica pirámide invertida.

Hasta cierto punto la objetividad del periodista se respalda en la conocida fórmula según la cual las noticias han de contener el "quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué". Estos cinco interrogantes son los llamados principales "hechos materiales" de un suceso. Así, el periodista que consigne en primer lugar las principales "cosas materiales" de un suceso, podrá afirmar que ha sido "objetivo". Sin embargo los periódicos y periodistas no siempre están de acuerdo en la identificación de estos hechos materiales, como se demuestra sobradamente en la práctica. Éste es el aspecto formal más controvertido de la objetividad del periodista. Incluso aunque el periodista pueda inconscientemente actuar por experiencia escogiendo un encabezamiento que aprobarán sus jefes de sección y con ello plegarse a la política del medio, el periodista sigue siendo responsable del titular de la noticia. El periodista sólo puede invocar su profesionalidad y olfato periodístico, y éste es un mecanismo intrínsecamente defensivo, pues implica "una valoración periodística", una supuesta habilidad para escoger "objetivamente" entre "hechos" que compiten entre sí, decidiendo qué "hechos" son más "importantes" o "interesantes". El periodista debe aducir sus nociones de "importante" o "interesante".

Otra vertiente de esta misma exigencia de estructurar la información de forma adecuada consiste en separar y diferenciar la información más objetiva de la menos objetiva. Un periódico se divide en secciones y páginas. Las primeras páginas contienen la información general "sencillamente objetiva". La información general que no es "objetiva" se sitúa en las páginas editoriales o en la "tribuna libre". Sólo hay dos excepciones a esta regla. Una es el reportaje y la otra el "análisis" que puede publicarse en las páginas generales supuestamente objetivas si se acompaña con una etiqueta diferenciadora: "análisis periodístico" o similares. Los periodistas usan esta etiqueta para alertar al lector. Igual que con las comillas teóricamente establecen una distancia entre el periodista y la noticia y señalan que el material al que acompañan no representa ni las opiniones de la directiva ni es necesariamente "verdadero". Es la interpretación que el periodista hace de los "hechos". Los lectores han de confiar y aceptar estos análisis de acuerdo con su calidad o actitudes, tal y como éstas se han ido revelando en sus análisis informativos anteriores. Sin embargo Tuchman señala que la invocación del análisis periodístico para sugerir objetividad también presenta dificultades. La pregunta "¿En qué se diferencia el periodismo objetivo del análisis periodístico?" resultó ser la más difícil de responder de todas las cuestiones. Además aunque el editor alerte al lector de la falta de objetividad, no indica el número y grado de juicios de valor no probados.

En quinto lugar, la experiencia del periodista con la empresa y otras fuentes le capacitan para defender su propio juicio informativo como objetividad alegando el sentido común. Por "sentido común" el periodista entiende lo que la mayoría de los periodistas creen verdad o dan por sentado. Podría parecer que los juicios periodísticos son un conocimiento sagrado, una habilidad secreta de los informadores, que los diferencia de otras personas. El sentido común tiene un papel crucial en el establecimiento del contenido de una noticia, ya que ésta es una multitud de "hechos", y el sentido común es el que determina si esa pieza de información puede aceptarse como "hecho" o no. Tuchman deduce que la experiencia del periodista le impone prejuicios en contra de las posibilidades contrarias a las expectativas preexistentes. Tuchman señala que los "hechos" no documentados que los periodistas aceptan como probados revelan hasta qué punto los juicios periodísticos se basan en el sentido común. Los periodistas no publicarán como "hechos" afirmaciones que contradigan el sentido común. Las nociones que los periodistas dan por sentadas son realmente imágenes de sus propias visiones de la realidad social y política.

Dadas las diversas presiones que sufre el periodista, siente que tiene que protegerse, que ha de ser capaz de desarrollar estrategias que le capaciten para afirmar "Esta noticia es objetiva, impersonal e independiente". De igual forma los editores y directores del periódico deben ser capaces de demostrar que la política informativa y la editorial de su periódico pueden distinguirse una de otra.

Tuchman concluye diciendo que los procedimientos informativos ejemplificados como atributos formales son en realidad estrategias con las que los periodistas se protegen de las críticas y de la exigencia profesional de objetividad de los profanos y que aunque procedimientos como los estudiados puedan darnos pruebas demostradas del intento de conseguir la objetividad, no puede decirse que de hecho lo consigan. Falta por analizar si esta supuesta objetividad es posible o incluso deseable.

Estas pautas que supuestamente aseguran la objetividad de la información se recogen en algunos manuales de estilo como el del País.

4. LA IDEOLOGÍA EN LAS NOTICIAS

Carmen Herrero Aguado, en "La ideología como valor en el periodismo político" sostiene que la objetividad informativa ha reinado como tópico o exigencia y ha condicionado y falseado la sustancia del acto informativo. Al periodista se le exige que sea objetivo como sinónimo de veraz o neutral; la objetividad, así entendida, equivale a adecuación con la realidad. Hay, además, una serie de conceptos afines que requieren ser matizados: imparcialidad, independencia, neutralidad, rigor y precisión. La imparcialidad hace referencia a la ausencia de predisposición para manifestarse a favor o en contra de algo o de alguien. La manera más simple de imparcialidad consiste en no tomar parte de lo juzgado, narrado o descrito. La neutralidad supone una falta de pronunciamiento respecto a algo y exige un control desmesurado para no decantarse

por o contra nada ni nadie. La independencia se refiere a la libertad, a la falta de ataduras, sean éstas de la índole que sean: políticas, económicas, sociales, religiosas, culturales o personales. Rigor significa propiedad y precisión, exactitud y concisión. Este término ha ido desplazando progresivamente al de objetividad; pone el acento más en el discurso mismo que en el autor o su actitud respecto a lo narrado.

Pero este enfoque es simplista, con respecto a la imparcialidad y neutralidad hay que decir que aunque el punto de vista de quien escribe no esté expreso de forma explícita subsiste en la decisión de seleccionar esa noticia y no otra, en el orden del discurso, en el hecho de remitir a unas fuentes y no otras, en el uso de unos términos y no otros etc. La independencia por su parte no es más que un desideratum imposible de llevar a cabo a poco que echemos un vistazo al funcionamiento real de las empresas informativas, por seres que son sólo humanos y que encima trabajan sobre algo que se rige por las leyes del mercado. Además el proceso de la comunicación supone una estructura compleja cuyos protagonistas no son exclusivamente los hechos. Lo sustancial, a veces, no es tanto qué se dice sino cómo se dice. Resulta pues, como señala Herrero, que esa supuesta objetividad no sólo no es posible sino que tampoco es deseable en todos los casos. Hay temas o asuntos que exigen una valoración, aunque sea mínima para ser incluidos en la agenda de los medios. La selección siempre es discriminadora. Elaborar una noticia supone interpretar, seleccionar, buscar, relacionar, contextualizar, analizar, profundizar, explicar o valorar. Herrero considera que hay que analizar el discurso periodístico como discurso creativo y no como discurso científico cuya medida fuera una objetividad imposible, inalcanzable y hasta indeseable. Todo discurso posee una ideología. Cuando los pactos de lectura y de interpretación están claros, hay menos probabilidades de engaño o de manipulación.

Al periodista se le ha exigido siempre actuar como un mero repetidor o transmisor que debe permanecer, indefectiblemente, en la superficie de las cosas; una especie de correveidile que transmite técnicamente bien lo que dicen otros sin entrar y, a veces, sin enterarse de lo que comunica y de sus consecuencias. Herrero argumenta que cuando los representantes de los medios pretenden que todo lo que el gobierno u otra fuente dice es de interés periodístico y, por lo tanto, lo transmiten tal cual, sin contexto ni evaluación y sin considerar un posible intento de manipulación por parte de los gobiernos u otras fuentes, el resultado son unos medios de comunicación dirigidos. Esta denuncia del periodismo objetivista es, al mismo tiempo, una denuncia contra el informador gregario y servil que puede ser manipulado por la fuente y por la propia empresa que colabora en la difusión de estereotipos y de prejuicios propios de la ideología dominante de cada momento. La alternativa, para algunos como Meyer, es un periodismo documentado y de explicación, cuyos objetivos se resumen en la aportación de cuantos elementos de todo tipo -incluidas las valoraciones propias- sean necesarios para conseguir que el receptor adquiera un conocimiento, lo más completo posible, de la realidad que se le comunica.

¿Pueden tener ideología los medios de comunicación? se pregunta Herrero. Por

supuesto que sí. En un Estado democrático, la prensa plural es un poder que ejerce una función de control con una dimensión política fundamental: pueden ser agentes de cambio social o bien colaborar en el mantenimiento de un determinado sistema. El medio es un actor político sostiene H. Borrat, cuyo ámbito de actuación es el de la influencia y no el de la conquista del poder. Graber habla de “gobierno en la sombra” por su compromiso de ejercer de críticos del poder y portavoces de la oposición y por su papel en la formación de la opinión pública. Armañanzas y Rausell creen que los principios inspiradores de los contenidos de un medio de comunicación tienen que estar formulados con precisión y claridad, lo que remite a los pactos de lectura. Ciertamente, que un medio tenga una línea ideológica determinada incomoda sobre todo a quien no la comparte. Hay que aceptar como punto de partida que todos los medios siguen unos principios editoriales como líneas maestras que marcan ideológicamente los contenidos periodísticos, su selección y su tratamiento, a la vez que fundamentan su actividad empresarial. Esta necesaria falta de objetividad se da en las noticias políticas pero también en otro tipo de noticias supuestamente más neutrales (véase Rausell, 2002). Sobresaltar al espectador con catástrofes, sucesos, y atiborrarlo de fútbol también responde a una ideología que quiere evitar la participación del ciudadano de a pié y generarle un estado de inseguridad que le inste a demandar más seguridad ciudadana y represiones policiales.

Narrar es elegir una óptica, optar por una modalidad, organizar un material. La perspectiva es un elemento modelizador de primer orden que guarda una estrechísima relación con los discursos sociales de naturaleza ideológica, moral o política. Los periodistas y los medios de comunicación pueden situarse en una perspectiva ideológica que debe ser conocida por los lectores (pacto de narración / pacto de lectura). Esta idea no contradice la clásica teoría de la prensa como el perro guardián de las instituciones en una sociedad democrática. Los medios son el lugar donde las sociedades producen la realidad; la clave es encontrar el modo por el que cada medio construye un determinado receptor. Como explicita Herrera información y opinión son dos clases de interpretación, descriptiva y evaluativa, respectivamente. La interpretación supone introducir elementos valorativos acerca del hecho, de dos maneras: mediante interpretaciones explícitas (valoraciones) e interpretaciones implícitas (intencionalidad). En el primer caso, aparecen en el texto afirmaciones o negaciones que evidencian una toma de postura ante el hecho; en el segundo caso, la intencionalidad del emisor se evidencia en el orden semántico, en la estructura interna del texto, en los indicadores pragmáticos, en el lugar y modo de aparición etc. El desarrollo de la comunicación, junto a las tendencias actuales de la psico y la sociolingüística indican que en el proceso de codificación y decodificación intervienen de forma básica las actitudes, los intereses, la personalidad y los valores de quien escribe el mensaje y de quien lo recibe. Los análisis de contenido permiten contestar no sólo a las preguntas de quién escribió y cómo, sino también alcanzar el nivel referencial y responder a cuestiones como quién y por qué escribió. No está probado,

de ninguna manera, que se pueda manipular más mediante la opinión que a través de la información propiamente dicha. Para Van Dijk, un análisis ideológico requiere una descripción compleja no sólo del texto sino también de las intrincadas representaciones y estrategias cognitivas utilizadas en la producción y la comprensión del texto. Imbert afirma que el tema de la objetividad en la prensa ha suscitado mucha literatura y que el malentendido tal vez resida en la visión que se tiene de la ideología y en un concepto restringido del lenguaje; así se piensa que cuantas menos tomas de posición, menos ideología y más objetividad, como si el lenguaje pudiera despojarse de toda marca de subjetividad y alcanzar una transparencia total. Como si el lenguaje fuera algo ajeno, extraño o exterior a nosotros.

La ideología es un valor en el discurso periodístico en general, sostiene Herrera; es un criterio, una clave de análisis, de lectura y de interpretación. No significa en sí manipulación; lo verdaderamente manipulador es tratar de ocultarla y fingir un relato objetivo o neutral. Es deber del emisor proporcionar al lector cuantas claves sean necesarias para realizar una interpretación correcta del discurso. La prensa no tiene por qué ser neutral, puede y debe tomar partido. Probablemente, no se pueda evitar que los propietarios de los medios utilicen la información y la comunicación como instrumentos de manipulación o de propaganda, pero sí se puede aminorar sus efectos yendo bien pertrechados al encuentro de sus mensajes.

5. CONCLUSIÓN: LA EXIGENCIA DE OBJETIVIDAD FAVORECE LA CONCENTRACIÓN DE CAPITAL EN LOS MEDIOS Y LA UNIFORMIDAD INFORMATIVA

Los profesionales del periodismo deben realizar dos tareas; seleccionar, de entre la infinidad de acontecimientos que se suceden en un día, aquel que convertirán en noticia y por tanto repercutirá en la opinión pública, y en segundo lugar elaborar lingüísticamente esa noticia. En los dos procesos interviene la valoración personal del periodista que puede ser más o menos ampliamente compartida por sus compañeros o superiores jerárquicos o por el público en general. El periodista evalúa que tal acontecimiento es “más interesante” o “más noticia” que otro, muchas veces apelando “al olfato periodístico”, y para ello tiene que sopesar cuáles son las posibles consecuencias político sociales de su publicación (véase nuestro capítulo “La praxis en la construcción del presente y su discurso” en Rausell Köster). En función de éstas y de su propia ideología, de forma consciente o inconsciente, seleccionará un acontecimiento u otro o le dará un tratamiento u otro. Es probable que priorice una noticia sobre malos tratos sobre otra que verse sobre un accidente laboral, si considera que los malos tratos es una práctica que hay que combatir. No hay ningún criterio objetivo que nos permita convertir un acontecimiento u otro en noticia. Y tampoco hay ningún discurso social que se pueda auto proclamar objetivo porque aunque intenten velar por los intereses del consumidor de noticias no es cierto que la sociedad sea un todo uniforme, lejos de ello no es sino un cúmulo de subjetividades o grupos con intereses enfrentados.

Toda noticia, por su condición de ser un acontecimiento que ha sido seleccionado para convertirse en noticia conlleva una valoración sobre su importancia social. La valoración puede estar más explícita en la elaboración de la noticia o ser implícita pero siempre está presente. En la elaboración de la noticia el periodista puede explicitar o inhibir las reacciones que tal acontecimiento le provoca, utilizar más o menos adjetivos, pero tanto la selección del acontecimiento como su conversión en noticia presupone una valoración como acontecimiento digno de ser tenido en cuenta por la sociedad en su conjunto, un análisis de su discurso nos dará la clave de cuál es la postura del medio con respecto a él. Ello se observa no sólo en el uso de términos y adjetivos (no es lo mismo llamarle a alguien terrorista que luchador de la patria), sino también en el orden del discurso ¿qué información aparece en primer lugar?, ¿cuál en último?, ¿a qué fuentes remite?, ¿cuándo cede la palabra a las fuentes?, ¿qué credibilidad le otorga a éstas?, y un largo etc. La función de los medios a la hora de crear la opinión pública es necesaria e ineludible y para ello deben de tomar partido y extraer las consecuencias y razones de un acontecimiento. La información puramente objetiva y aséptica, tipo BOE, en muchos casos no es suficientemente explícita para la comprensión del fenómeno social por parte de la audiencia. La exigencia de una información objetiva parte de una falacia, de la existencia de una única realidad y que afecta por igual a todo el tejido social, cuando la realidad es bien otra, un cúmulo de grupos sociales con intereses enfrentados.

La objetividad no es más que efecto óptico que se produce cuando la opinión que se trasluce de la información es afín a nuestro punto de vista. Cuando más amplia es la información o noticia más posibilidades tiene de ofrecer más puntos de vista y de atraer a un espectro más amplio de lectores. Cuanto más breve e inconexa sea, menos puntos de vista diferenciados ofrecerá y deberá conformarse con atraer a los lectores que compartan esa misma concepción del mundo o ideología. Finalmente esta supuesta mayor o menor objetividad a la hora de seleccionar o elaborar lingüísticamente una noticia dependerá del nivel de formación del lector o espectador a quien se dirija. Todo espectador demanda información objetiva. Una persona cultivada detectará fácilmente la valoración de la noticia por parte del medio con apenas unos indicios, y rechazará aquellos titulares sensacionalistas que explicitan claramente su postura y exigirá una presentación más comedida, mientras que otra persona menos cultivada necesitará de más pistas para descubrir cual es la postura del periódico y aceptará como objetivos los titulares explícitamente decantados. Pero en ambos casos subyace un punto de vista, una opinión y una ideología. Por eso sostenía Eco que los medios más facciosos son finalmente los más honestos. Todo esto atendiendo a las noticias propiamente dichas, es decir, sin entrar a valorar las opiniones que como tal aparecen en tertulias y prensa.

La exigencia de objetividad, que ya hemos dicho es imposible, en realidad pretende paliar otras disfunciones del sistema democrático. En primer lugar el hecho de que el Estado delegue en los medios de comunicación privados con ánimo

de lucro el deber de asegurar un derecho fundamental de la Constitución Española como es el derecho a la información de los ciudadanos, tan necesario para la pluralidad y diversidad política. En segundo lugar la indistinción de las funciones que deben cumplir los medios de comunicación públicos con respecto a los privados. Puesto que todo discurso tiene un punto de vista y una ideología, es incongruente la existencia de los medios de comunicación públicos tal y como los conocemos hoy en día. Son un mero instrumento para que el partido en el gobierno se perpetúe en el poder.

Sin embargo, si reconocemos el carácter ideológico de toda noticia y la naturaleza política de los medios de comunicación, la función de asegurar la pluralidad y diversidad política no tendría por qué recaer en un solo medio, o en cada uno de ellos, sino en todos como conjunto. La diversidad y pluralidad política se aseguraría asegurando la existencia de pluralidad y diversidad de medios de comunicación con ideologías diferenciadas. Hoy las minorías sociales y políticas no están representadas por los medios puesto que esto va contra el objetivo de obtener mejores beneficios, los medios de comunicación privados lógicamente tienden a representar a las opciones políticas mayoritarias, puesto que son las más rentables. Para asegurar la diversidad, el Estado, en pago de tan importante labor, tendría que subvencionar a medios de comunicación que representaran opciones políticas minoritarias y por tanto no rentables en una economía de mercado.

La única justificación que tendría la existencia de medios de comunicación públicos es si éstos cambiaran de estructura y se convirtieran en un mero espacio público de difusión donde las distintas opciones políticas y sociales pudieran exponer y elaborar directamente sus discursos, asegurando una equidad entre la presencia de unos y otros comunicadores. De esta forma se reforzaría y aseguraría la visibilidad de todas las opciones políticas y sociales.

La objetividad, tal y como la entiende la profesión y que exponía Gaye Tuchman, que como señalaba Carmen Herrera no sirven nada más que para enmascarar el punto de vista de quien escribe, que sin embargo, como hemos señalado, continúa estando presente en el proceso de selección, ordenación y elaboración de la noticia, cumple la función, no de servir al pluralismo político del sistema democrático, sino la de aumentar las ventas atrayendo la atención de sectores que no comprarían ese medio si éste explicitara claramente su ideología. Favoreciendo de este modo que unos pocos medios atraigan la atención de un público heterogéneo que acaba creyendo en el mito de una única realidad. Contrariamente a lo que parecía, las éticas y códigos deontológicos que abogan por la objetividad son más útiles a la concentración de capital en los medios y a la uniformidad informativa que a la diversidad y pluralidad de medios y opciones políticas.

BIBLIOGRAFÍA

- ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J. *Periodismo y argumentación*, Servicio Editorial de la UPV, Bilbao, 1996.
- ARROYO GONÇALVES, CARLOS A. *Sobre la imposibilidad de pensar en la objetividad de la información en Agujero Negro* (Revista de la Asociación boliviana de Investigadores en Comunicación), [en línea]. 2002 [Consulta: 13-9-2002]. Accesible en Internet <<http://www.aboic.net/agujero/>>.
- BORRAT, H. *El Periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- DIJK, T. VAN. *La Noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1989. Pág. 52 y ss.
- GRABER, D. *Los medios como gobierno en la sombra*, en ALONSO, A. Y ROSPIR, J.I. *Comunicación política* Editorial Universitas S.A., Madrid, 1995.
- HERRERO AGUADO, CARMEN. *La ideología como valor en el periodismo político* en *Comunicación, historia y sociedad*. Secretariado publicaciones Universidad de Sevilla, 2001.
- IMBERT, G. *Los escenarios de la violencia*. Icaria, Barcelona, 1992.
- MEYER, P. *Periodismo de precisión*. Bosch, Barcelona, 1993.
- OROZCO, Guillermo. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Universidad de La Plata e IMDEC, México, 1997.
- RAUSELL KÖSTER, CLAUDIA Y PAU. *Democracia, información y mercado*. Tecnos, Madrid, 2002.
- REBOLLO VARGAS, R. *Aproximación a la jurisprudencia constitucional: libertad de expresión e información y sus límites penales*. PPU, S.A., Barcelona, 1992.
- SÁNCHEZ FERRIZ, R. *El derecho a la información en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional*, en RAMIREZ, M., *El derecho a la información*. Libros Pórtico, Zaragoza, 1995.
- SIGAL, L.V. *Reporteros y funcionarios*. Gernika, México, 1991. Pág. 237
- TUCHMAN, GAYE. *La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas*, en *American Journal of Sociology*, vol77, nº4, (1972). También en *Cuadernos de información y comunicación* (Revista del Dpto. de Periodismo III. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid) [en línea] nº 4, [Consulta: 12-9-2002]. Accesible en <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cicar12.htm>.