



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

La objetividad periodística, un mito persistente

Lic. Rodrigo Fidel Rodríguez Borges ©

(La Laguna)

Esta vez no son ídolos de nuestro tiempo, sino ídolos eternos los que aquí son tocados con el martillo como con un diapasón; no hay en absoluto ídolos más viejos, más convencidos, más llenos de aire que éstos... Tampoco más huecos... Esto no impide que sean los más creídos.

Friedrich Nietzsche, 'Crepúsculo de los ídolos'

1. La razón del mito

En sus orígenes, la prensa diaria fue en muchas ocasiones la voz de un personaje o sector influyente, de un partido o una facción. En este periodismo el relato más o menos imparcial de los hechos quedaba en un segundo plano frente a su valoración crítica; hasta el punto de que muchas veces se omitía la exposición de esos hechos, dándolos por conocidos, y se entraba directamente en su enjuiciamiento. Con la consolidación de la relación entre prensa y publicidad y el desarrollo de la prensa como negocio, aquel modelo de prensa pierde posiciones y el periodismo de información se abre paso. La prensa atenúa su beligerancia partidista, se profesionaliza, se hace empresa moderna. Los diarios tratan de alcanzar un reconocimiento social que los legitime como interlocutores válidos y sus cabeceras pasan a adjetivarse como «independientes». El periódico no quiere ser ya un burdo instrumento de presión o agitación política y busca ser una institución respetada por sus lectores. Será ese deseo de respetabilidad, ese prurito por ser la voz de la opinión pública -el nuevo tótem- el que impulsará el fraguado del mito de la objetividad: los periodistas no serán ya la hez de la tierra, esa canalla denostada por las gentes de bien. Los periodistas ascienden a honrados cronistas que cuentan lo que pasa. Son testigos objetivos de una realidad que trasladan a sus lectores, son -nada más, pero tampoco nada menos- espejos al borde del camino.

Esta mitificación de la objetividad (el periodista como humilde mensajero) se ha asentado sobre dos presupuestos:

1. El periodista puede y debe hacer una presentación estrictamente objetiva de la realidad.

2. De acuerdo con lo anterior, es posible separar la exposición de los hechos de su evaluación crítica.

En su versión atenuada, la defensa de la objetividad se ha presentado como un desideratum ético: un ideal noble que debe guiar la labor del periodista, pero difícil de alcanzar. En su presentación más radical, la objetividad en los relatos y la separación entre hechos y opiniones es un objetivo exigible en la práctica profesional de cada día.

La ilusión referencial ha tenido sus valedores en históricos del periodismo como Charles P. Scott -célebre editor de The Guardian-, quien acuñó la divisa «Comment is free, but the facts are sacred». Por su parte, nuestro Tribunal Constitucional -por invocar una reflexión externa a la profesión- en su sentencia nº 107/1988, de 8 de junio, establecía la doctrina de que la distinción «entre pensamiento, ideas y opiniones, de un lado, y comunicación informativa de hechos, por el otro [...], tiene

decisiva importancia [...], pues mientras los hechos, por su materialidad, son susceptibles de prueba, los pensamientos, ideas, opiniones o juicios de valor, no se prestan, por su naturaleza abstracta, a una demostración de exactitud...». Sobre la base de esta sentencia, Martínez Albertos ha insistido en la obligación profesional de esforzarse en separar hechos y opiniones, o, por lo menos, que los relatos no sean intencionales y se juegue limpio en el comentario; y lamenta que sean los propios periodistas «los primeros en no demostrar mucho interés en delimitar claramente el campo de los hechos del campo de las opiniones»¹.

Aún hoy, y contra aportaciones consolidadas de la psicología, la sociología o la lingüística, la objetividad como marchamo de calidad periodística es un atributo a cuyos encantos no pueden sustraerse los periódicos: un reputado hombre de letras, Camilo José Cela, en su 'Dodecálogo del periodista', editado en 1990 por la Asociación de Editores de Diarios Españoles, afirma: 'El periodista debe «ser tan objetivo como un espejo plano²; la manipulación y aun la mera visión especular y deliberadamente monstruosa de la imagen o la idea expresada con la palabra cabe no más que a la literatura y jamás al periodismo». A lo que se ve, la ilusión de un periodismo objetivo conserva su lozanía'.

2. Alimentos para el mito

En mi opinión, la persistencia del mito de la objetividad tiene que ver con una práctica profesional en la que no se escatiman recursos para convencer al lector (como al oyente o al telespectador) de que aquello que se les comunica bajo el rótulo de noticia es VERDAD (así, con mayúsculas y sin matizaciones) y que la presentación que se hace de la realidad es puramente objetiva. Lo ideal es convencer al destinatario de que «los hechos hablan por sí solos», de que el periodista se limita a reflejar (como en la socorrida metáfora del espejo plano) lo que ocurre, sin interferir en ese relato «espontáneo». Una suerte de automatismo de la escritura: el periodista debe ser un testigo imparcial que levanta acta de lo ocurrido con la limpia asepsia de un sexador de pollos japonés.

El profesional de la prensa, como pretendido notario de la realidad social, tiene a bien llevar en sus blasones el lema que Newton acuñó en sus 'Principia': «Hypotheses non fingo» y se entrega a la tarea de reunir para sus lectores todas las señales que refuerzan la veracidad, objetividad e imparcialidad de su relato. En otras palabras, se trata de subrayar el contenido fáctico de lo que se cuenta, usando abundantemente «marcas de veridicción»³. No se trata aquí de hacer un recuento completo de estos artificios, pero señalemos, por ejemplo, el uso de cifras (estadísticos económicos, número de heridos en un accidente, número de dosis de droga aprehendidas, etc.) que enfatizan la objetividad de lo que se cuenta. Otro tanto ocurre con las precisiones sobre fechas, horas, lugares de los acontecimientos narrados, así como con los detalles sobre los protagonistas. De igual manera, las declaraciones de testigos o el recurso a la atribución de citas -como reproducción literal de lo dicho por el personaje- tratan de crear la impresión de que la actuación del periodista y del medio se limita a la de meros transmisores de una información. «Así, mediante un efecto de ocultamiento, la producción [de la noticia] desaparece de la vista del consumidor»⁴. Todo este conjunto de marcas textuales del que venimos hablando envían al receptor de la información una suerte de mensaje implícito: «¡Atención, éste es un hecho contrastado, éste es un relato objetivo!».

Mutatis mutandis, recursos semejantes pueden observarse en los informativos de televisión: frente a la personalización de los informativos norteamericanos, la tradición objetivista europea ha buscado siempre la despersonalización de los textos que se leen ante la cámara. El control de los gestos, la sobriedad en la ropa y en los movimientos reducen al presentador a mero locutor -transmisor de un texto escrito en otro lugar. Y lo mismo podemos decir de la utilización cada vez más frecuente de imágenes «sucias» (grabadas en condiciones de luz insuficiente, con deficiencias en la banda sonora o sin haber sido convenientemente montadas), así como de imágenes tomadas por aficionados con cámaras caseras. La filmación con la cámara al hombro, los movimientos bruscos de cámara (sin importar que entren en el plano elementos no previstos) son otros tantos elementos de un nuevo «realismo sucio» que trata de remarcar la verosimilitud y objetividad de lo mostrado por la pantalla. La consolidación de esta nueva sintaxis visual ha sido tan rápida que hoy cualquier espectador sabe reconocer con un simple golpe de vista si el programa que contempla es un informativo (o, al menos, pretende serlo).

Como parte de estas estrategias de reforzamiento de la veracidad, podemos señalar lo que Núñez Ladevéze denomina críticamente retórica objetivadora⁵. Se trata -explica Núñez Ladevéze- de un estilo de redacción que aparenta imparcialidad y distanciamiento. Entre los recursos enfáticos que caracterizan esta forma de escribir podemos señalar una fuerte tendencia a la nominalización del estilo (lo que provoca un alargamiento de las frases, la profusión de enlaces prepositivos y sensación de estatismo), el recurso a los lexemas verbales complejos (provocar un debate por debatir, renunciar a cargos por dimitir, llevar a la práctica por aplicar...) y el uso frecuente de giros nominalizados (a favor de, en línea con, de cara a, en orden a...).

Junto a estos elementos, el periodista suele recurrir a un lenguaje solemne y ampuloso, con abundantes expresiones tomadas de léxicos especializados (administrativo, judicial...) para remarcar la exactitud y objetividad del mensaje. El resultado del uso de esta retórica es un texto inexpresivo, distante, en el que la personalidad del redactor queda oculta. En

palabras del profesor de la Complutense, es «un uso impersonalizado de la lengua que trata de aparentar que la redacción se hiciera por sí misma, sin mediación de un sujeto» 6.

3. Prueba de consistencia

Excedería con mucho las pretensiones de esta comunicación sistematizar todos los argumentos que aportados desde las distintas ciencias sociales ponen de manifiesto la imposibilidad de alcanzar la objetividad en el periodismo. Sin duda, sería muy ilustrativo atender a la evolución de la historiografía en este siglo para observar cómo se resolvió el debate entre los defensores de una historia objetiva (los positivistas a la manera de Ranke) y los defensores de una historia racional y crítica, pero inevitablemente subjetiva (desde los presentistas a la escuela de los Annales, pasando por los historiadores marxistas)⁷. A su vez, la sociología ha insistido también en el papel de los elementos subjetivos y simbólicos en nuestra comprensión de la realidad⁸. De igual manera, sería sumamente esclarecedor aproximarnos a las investigaciones de la psicolingüística y de la psicología cognitiva para ver qué modelos de explicación se manejan para problemas tales como: procesamiento de información, estructuras y procesos básicos en la percepción de la realidad, comprensión y lenguaje, verbalización de experiencias, etc.⁹; procesos muy complejos y directamente vinculados con la práctica periodística.

Sí me gustaría traer a colación algunas aportaciones de la lingüística del texto para mostrar la inconsistencia de la ilusión referencial (ese modelo de práctica periodística que se manifiesta en expresiones como «dejemos que hablen los hechos», «sólo contamos lo que pasa», «el periodista es sólo un mensajero», «separemos hechos de opiniones» y la consabida «sólo somos espejos al borde del camino»).

Partamos de una definición voluntariamente simplificadora: parafraseando a Twain, el periodista es una persona que sale a la calle, observa lo que pasa y lo cuenta a sus lectores. Si la tesis del periodismo objetivo es cierta, esto quiere decir que es posible poner en palabras determinados hechos observados, sin que la subjetividad del periodista interfiera en la elaboración del relato¹⁰. En otras palabras, sería posible establecer una correspondencia isomórfica entre determinados estados del mundo y un conjunto de proposiciones que los representen. Para que el principio de objetividad pueda mantenerse, el ajuste entre estas expresiones verbales y aquellos hechos debe ser de tal naturaleza que cualquier periodista profesional y no conscientemente malévolo construiría ante los mismos hechos un relato similar: universalidad e intersubjetividad.

Descendamos al terreno de los hechos para ver cómo se comportan estas presuposiciones. Parece evidente que si yo muestro a cualquiera mi mano cerrada y digo «esto es un puño», habría un consenso total sobre la adecuación de mi enunciado al hecho que quiero describir. Lo mismo ocurriría si, señalando al objeto en que apoyo estas cuartillas, dijese «esto es una mesa». De manera que se puede colegir que existen afirmaciones de aceptación universal sobre determinados hechos, y que estas afirmaciones pueden reunirse para conformar un relato objetivo del mundo. Pero de inmediato una dificultad obvia nos sale al paso: ningún lector de prensa, oyente de radio o telespectador, gasta tiempo y dinero en conocer el mundo a través de afirmaciones de tan bajo nivel explicativo, con tan escasa densidad informativa y tan poco significativas (*sensu stricto*: simples perogrulladas) ¹¹. En realidad, lo que demanda el lector de un diario es una estructuración racional de los hechos, una comprensión global donde las afirmaciones elementales cobren sentido en un conjunto; y basta con echar un vistazo a la prensa para que esta afirmación se convierta en una evidencia: Junto a titulares del estilo «Legalizan la eutanasia en nueve estados de EEUU», encontramos otros como «Apatía en Irán ante las elecciones de hoy», «Las patronales catalanas presionan a Pujol para que pacte con el PP» o «Crisis en el Poder Judicial por la negativa a destituir al juez Pascual Estevill»¹². Resulta evidente que las afirmaciones de los tres últimos ejemplos no son de la misma índole que la contenida en el primer titular. Mientras la primera aseveración se refiere a un hecho susceptible de ser verificado, las afirmaciones de los otros titulares tienen un carácter más conjetural. Apatía, presionan y crisis son aquí los términos clave: los redactores de estas noticias construyeron¹³ unas afirmaciones que interpretaban ciertos indicios, datos, acciones, circunstancias... Podemos decir que en los enunciados de este tipo el periodista da un salto en el vacío, no camina pegado al hecho como cuando informa de la legalización de la eutanasia: la apatía de los iraníes o las presiones de los empresarios catalanes no son datos del mundo directamente accesibles y objetivos¹⁴. De igual forma, ¿con qué fundamento podemos aseverar que la situación del poder judicial es de «crisis» y no, de «confusión», «irritación», «parálisis» o «descomposición»? Parece claro que en términos de rigor epistemológico no hay un fundamento indubitable para hacer estas afirmaciones. Esa «crisis», a diferencia de mi «mesa», no es un objeto del mundo material, sino el fruto de la interpretación subjetiva del periodista. Lo que trato de poner de manifiesto es que, puesto que se trata de una interpretación subjetiva de unos datos, la disparidad en la designación está garantizada: lo que para unos será una situación de crisis, para otros puede no pasar de un estado de irritación. Y no puede ser de otra manera pues cada observador aprehende la realidad desde determinadas estructuras cognitivas y desde una determinada visión del mundo que fraguada individual y socialmente le acompañan. En palabras de Núñez Ladevéze: «Ese diferente proceso mental descriptivo de cada persona es el que explica que cada periódico ofrezca, para designar sus propios textos respecto a los mismos hechos, palabras completamente diferentes que suscitan interpretaciones diferentes porque toda actividad textual, toda actividad informativa es, en suma, una actividad de tipo interpretativo. Todo esto nos hace reflexionar acerca de [...] qué quieren decir cosas tales como <objetividad> de la

información o en qué condiciones puedo decir que una información es verdadera»¹⁵. De forma más clara: un sujeto sólo puede observar el mundo subjetivamente y es inútil pedirle que se comporte objetivamente, tal si fuera un objeto. Hasta entre los metódicos científicos naturales hace mucho tiempo que no se sostiene el objetivismo radical que venimos analizando: «El que se pueda observar o no una cosa -escribía Einstein a Heisenberg en 1925- depende de la teoría que se emplee».

Pero aún quisiera avanzar un paso más sobre esta cuestión. Del conjunto de noticias que publica un periódico (o que componen los informativos de radio y televisión) una buena parte podríamos decir que consisten en discursos que tratan de otros discursos¹⁶: noticias de declaraciones de políticos, empresarios o futbolistas; comunicados de instituciones y organizaciones; sentencias judiciales, atestados de la policía, etc. Quiere esto decir que la acción constructiva-conjetural del periodista que venimos perfilando tiene frecuentemente por materia prima «actos de habla» (*speech acts*)¹⁷. Si el periodista en su práctica diaria se dejase atar con la piedra de molino de la objetividad, el resultado sería absolutamente pedestre: «González dijo: ...»... y a continuación la reproducción íntegra de lo dicho (incluidas todas las digresiones y nimiedades imaginables). El redactor bien pudiera limitarse a usar verbos de escaso contenido realizativo («decir», «afirmar», «declarar») y mantenerse en el ámbito locucionario del acto de habla. Sin embargo, la interpretación de las intenciones de los protagonistas, la conjetura acerca del componente ilocucionario del acto de habla es parte esencial de su trabajo. A diario podemos leer titulares como «Los populares reconocen que la movilización popular del PSOE fue <espectacular>», «Castro amenaza con cerrar su espacio aéreo a los aviones de Estados Unidos», «Ribó amenaza con actuar en el Congreso al margen de IU si no cambia» o «Aznar admite que sólo un pacto con Pujol evitará nuevas elecciones», sin que los verbos «amenazar», «reconocer» o «admitir» fuesen utilizados por los protagonistas. Esta utilización de verbos de fuerte contenido realizativo son saltos en el vacío (en el sentido en el que utilizamos antes esta expresión) porque implican afirmaciones no susceptibles de corroboración objetiva. Y, sin embargo, a fuerza de ser justos, hay que decir que el periodista sirve así mejor al interés de sus lectores, pues el mensaje que transmiten los protagonistas de una noticia va siempre más allá del puro texto. Junto a éste caminan la ironía, las expresiones del rostro, la contundencia del tono de voz, la seriedad, el nerviosismo, el contexto comunicativo y una constelación de señales que el periodista metaboliza en una interpretación global desde la que se permite decir «los populares reconocen...». Y si estamos de acuerdo en que no queremos periódicos con noticias que sean actas notariales (meros recuentos de hechos simples de perogrullo), sino que preferimos que el periodista realice para nosotros una construcción conjetural de los hechos (lo que deja la puerta abierta a la subjetividad) habrá que abandonar por insostenible el mito de la objetividad que hemos venido criticando. ¿Cómo no defender entonces el ejercicio de la sana subjetividad de la que habla Paul Ricoeur?

4. Conclusiones

- a. Contra lo que pudiera parecer, los hechos noticiosos no son algo puro, dado, objetivo y externo al observador que los percibe.
- b. La percepción de un acontecimiento y su verbalización es una actividad interpretativa, un proceso constructivo realizado por el receptor de los estímulos; no es una mera pasividad refleja (la metáfora del «espejo al borde del camino» no sólo es una cursilería, sino también una falsedad).
- c. La objetividad periodística es un imposible en términos epistemológicos. La objetividad sólo puede ser un desideratum ético, un ideal regulativo.
- d. La noticia es una construcción, no es el resultado pasivo de una película fotográfica impresionada por la luz. Aquí el tipo de cámara y de película, el encuadre, el diafragma, la velocidad y el tiempo de revelado son elecciones del fotógrafo. De la impedimenta que elijamos y del uso que le demos dependerá el tipo de hecho que quedará impresionado.
- e. De todo lo dicho no se desprende que el periodismo sea reo del subjetivismo absoluto: la noticia es una construcción, una cierta mirada, una cierta perspectiva; pero no es una fabulación.

Éste es, a mi modo de ver, el estado actual de la cuestión a la luz de las aportaciones de las ciencias sociales. Otra cosa es que la exigencia de objetividad en la información haya tenido efectos positivos desde la perspectiva deontológica -opinión con la que estaría básicamente de acuerdo-, pero ése es un terreno de debate bien alejado del análisis del fundamento epistemológico de la objetividad periodística, asunto objeto de la presente reflexión.

Notas

1 Martínez Albertos, *El lenguaje periodístico*, Madrid: Paraninfo, 1989, p. 64.

2 Cursivas mías.

3 «El enunciador debe hacer parecer verdad el mundo posible que construye. Para ello se vale de las marcas de veridicción que permiten crear una ilusión referencial que es condición necesaria para la virtualidad del discurso» (Miquel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós, 1989, p. 190).

4 Ibid., p. 37.

5 Núñez Ladevéze se ocupa de esta *retórica objetivadora* en varios de sus libros (*Teoría y práctica de la construcción del texto*, *El lenguaje de los «media»* o *Manual para periodismo*), pero es en «Estilo, texto y contexto en periodismo» (en Casasús - Ladevéze, *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona: Ariel, 1991, p. 103-127) donde encontramos una descripción más detallada. Véase también su artículo «La fluidez en el estilo periodístico», en la revista *Estudios de periodismo*, La Laguna, 1993, nº 2, 107-120 pp.

6 Ibid., p. 121.

7 Para una presentación detallada de esta polémica, A. Schaff: *Historia y verdad*, Barcelona: Crítica, 1976.

8 Con carácter general, merece la pena detenerse en el clásico de Berger y Luckmann, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu, 1968. Una aplicación de sus tesis al mundo de la prensa puede encontrarse en G. Tuchman, 'La producción de la noticia', Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

9 La bibliografía en este campo es inabarcable. Una presentación divulgativa del panorama de la psicología social puede encontrarse en D. Myers, *Psicología social*, Madrid: Editorial Médica Panamericana, 1991; un modelo clásico de procesamiento de información es el elaborado por Lindsay y Norman en *Procesamiento de información humana*, Madrid: Tecnos, 1975. Para tener una visión actual de la psicología cognitiva, M. de Vega, *Introducción a la psicología cognitiva*, Madrid: Alianza, 1984.

10 En aras de la claridad expositiva, demos aquí por admitida la existencia de hechos puros, objetivos y plenamente independientes del observador.

11 Por utilizar una comparación: Newton pasó a la historia de la física no por su descripción detallada de la manera en que caen las manzanas al suelo, sino por una construcción explicativa de un nivel superior de abstracción que daba cuenta -entre otras muchas cosas- de las causas por las que aquella manzana (independientemente de que fuese tipo Golden o Reineta) cayó sobre su cabeza y no se quedó flotando en el aire.

12 Todos los titulares que se mencionan proceden de la prensa de los días en que se redactó esta comunicación.

13 Y nótese que digo construir (a partir de unos materiales) y no, inventar o fabular.

14 Como ha señalado Lorenzo Gomis: «Los hechos no son algo que esté ahí, inmediato, evidente, pronto a la comunicación sin intermediarios. Los hechos forman parte de acciones, son efectos de causas no siempre conocidas y cuando son hechos humanos tampoco resultan evidentes los objetivos ni las intenciones» (*Teoría del periodismo*, Barcelona: Paidós, 1991).

15 Núñez Ladevéze, op. cit., p. 161.

16 Esta idea está desarrollada por Van Dijk en *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós, 1990.

17 El análisis de los actos de habla se debe en buena parte a J. L. Austin. Para Austin, muchas de las expresiones que usamos, las usamos para hacer algo por medio de ellas, para realizar algún acto. Eso ocurre con expresiones del tipo «prometo que...», «te aconsejo que...», «te perdono...», en las que las palabras implican también acciones. Así, Austin

distingue en esos actos de habla un componente locucionario (*locutionary act*): el acto de decir; un componente ilocucionario (*illocutionary act*): lo que se hace al decir algo (prometer, perdonar...); y un componente perlocucionario (*perlocutionary act*): el efecto que el acto verbal produzca en los pensamientos o acciones del auditorio, del hablante o de otras personas. Las aportaciones de Austin, como las de Searle, han generado una extensa bibliografía. He seguido aquí la exposición de J. Hierro Pescador, *Filosofía del lenguaje*, Madrid: Alianza, 1986.

18 Sigo aquí la clasificación de Nuñez Ladevéze en *Manual para periodismo*, Barcelona: Ariel, 1991, p. 343 y sig.

[* Trabajo presentado en las II Jornadas La Laguna - América

sobre Comunicación, celebradas en abril de 1997]

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel (1998): La objetividad periodística, un mito persistente. *Revista Latina de Comunicación Social*, 2. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/>