

La construcción de la realidad social en el periodismo y el problema de la objetividad.

Bonano, Mariana y Sánchez, Carolina.

Cita:

Bonano, Mariana y Sánchez, Carolina (2007). *La construcción de la realidad social en el periodismo y el problema de la objetividad*. En *Aproximaciones al periodismo*. Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/mariana.bonano/29>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pdeb/th1>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. *Acta Académica* fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



Ricardo Bocos (comp.)

APROXIMACIONES AL PERIODISMO



Aproximaciones al periodismo / Mariana Bonano; Carolina Sánchez,
compilado por Ricardo Bocos. 1ª ed. Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán, 2007.
304 p.; 22 x 16 cm.
ISBN 978-950-554-543-8
I. Periodismo. I. Sánchez, Carolina; II. Díaz, Zulema; III. Bocos, Ricardo, comp.; IV. Título
CDD 070.44

Fecha de catalogación: 31/08/2007

© 2007

Departamento de Publicaciones <dektopub@filo.unt.edu.ar>

Facultad de Filosofía y Letras - UNT - <<http://www.filo.unt.edu.ar>>

Av. Benjamín Aráoz 800 - (4000) San Miguel de Tucumán - República Argentina

☎ (54) 0381-4107351 - Fax: (54) 0381-431071

ISBN - 978-950-554-543-8

Diseño de tapa: Luis Debairosmoura

Foto de tapa: Julio Pantoja

Impreso en Argentina - Printed in Argentina

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma ni por ningún medio, sea eléctrico, mecánico, electrónico, informático, por grabación, fotocopia o cualquier otro, sin los permisos previos correspondientes, por escrito.

Índice

pág.

| | |
|--|-----|
| Prólogo. <i>Daniel Santoro</i> | 9 |
| Prefacio. <i>Ricardo Bocos</i> | 11 |
| 1-a) La construcción de la realidad en el periodismo y la problemática de la objetividad. <i>Mariana Bonano y Carolina Sánchez</i> | 13 |
| b) Prensa y Opinión Pública: historia de un desencuentro. <i>Carolina Sánchez</i> | 33 |
| 2. La prensa gráfica y sus códigos: la palabra escrita y la imagen, como rasgos diferenciales. <i>Zulema Díaz</i> | 61 |
| 3. Tras los pasos de la noticia. <i>Lila Luchessi</i> | 85 |
| 4. La crónica periodística, el relato de un presente informativo. <i>Ricardo Bocos</i> | 99 |
| 5. Entrevista y reportaje. El arte de arrebatar la personalidad. <i>Indalecio Sánchez</i> | 121 |
| 6. Conexiones de la redacción periodística con otras disciplinas científicas. <i>María Soledad Alonso de Rúffolo</i> | 141 |
| 7. El periodismo como articulador cultural. <i>Federico Corbière</i> | 161 |
| 8. Investigación periodística: la verdad oculta que se debe conocer. <i>Ricardo Bocos</i> | 179 |
| 9. Las transformaciones de la prensa en la década de 1960. El Nuevo Periodismo y su relación con la narrativa de no ficción en Estados Unidos y Argentina. <i>Mariana Bonano</i> | 199 |
| 10. Internet, una etapa de evolución para el periodismo. <i>Gastón Roitberg</i> | 233 |
| 11. Géneros periodísticos en televisión. <i>María Eugenia Waldmeyer</i> | 249 |
| 12. En Sintonía... <i>Clarisa Condori</i> | 267 |
| Quiénes hicieron este libro | 297 |

La construcción de la realidad en el periodismo y la problemática de la objetividad

MARIANA BONANO ■ MARÍA CAROLINA SÁNCHEZ

La interrogación acerca de la construcción social de la realidad constituye una cuestión de fondo para inscribir la reflexión sobre la práctica periodística, pues atañe en forma directa a su actividad. Desde este marco, se procura examinar los mecanismos a través de los cuales los medios configuran la realidad social en relación con una problemática común a las ciencias sociales: la posibilidad del conocimiento objetivo. Con el fin de entender los procesos comprendidos en la labor informativa y de elaborar un modelo explicativo del periodismo como institución de la sociedad, se trazará una articulación entre una serie de nociones como “realidad”, “objetividad/subjetividad”, “medios”, “acontecimiento” y “noticia”, en cuya interrelación se produce este complejo fenómeno.

El punto de partida para desplegar el conjunto de las operaciones realizadas por los mass media en su labor cotidiana podría localizarse en la idea de “realidad”, en tanto materia prima de la información.¹ Contrariamente a lo es-

(1) El punto de partida adoptado sólo corresponde a un objetivo didáctico y no pretende sugerir, como se verá más adelante, que se trata de un proceso lineal. Por el contrario, el desarrollo del presente trabajo pondrá

tablecido por el sentido común y aceptado en una primera impresión, lo que se concibe como real y constituye el objeto de la indagación periodística no es algo dado y de simple acceso. Por ello, para una aproximación a este concepto, resultan adecuados algunos aspectos de la teoría elaborada por Peter L. Berger y Thomas Luckmann ([1968] 1986), quienes lo definen desde un enfoque fenomenológico, es decir, a partir de un análisis de la formación de la noción de realidad tal como es experimentada por la conciencia humana. El postulado fundamental de su investigación reside en la afirmación de que ésta se construye como consecuencia de un proceso dialéctico en el que intervienen tres operaciones: externalización, objetivación e internalización, entendidas no como etapas de una secuencia temporal, sino como acciones mutuamente condicionadas a causa de su constante interdependencia. Los autores parten de la constatación de que el ser humano se manifiesta externalizado en su actividad, con la que construye un orden social. Así, el “orden social no forma parte de la ‘naturaleza de las cosas’ y no puede derivar de las ‘leyes de la naturaleza’. Existe *solamente* como producto de la actividad humana” (73).² A lo largo de la historia, los hombres forjan con su quehacer acciones habitualizadas y tipos de actores, y promueven el surgimiento de instituciones que, a su vez, ejercen mecanismos de control sobre el comportamiento de los individuos. Estos productos externalizados (o mundo institucional) alcanzan

énfasis en la circularidad y constante interrelación entre las diferentes etapas del proceso informativo en la práctica periodística.

(²) Las cursivas son de los autores.

el carácter de realidades objetivadas, aparecen como evidentes por sí mismos por la fuerza de su facticidad. En esto radica la afirmación de que la relación entre el hombre y el mundo social es dialéctica.

(...) a pesar de la objetividad que caracteriza al mundo social en la experiencia humana, no por eso adquiere un *status* ontológico separado de la actividad humana que la produjo. (...) paradoja que consiste en que el hombre sea capaz de producir un mundo que luego ha de experimentarse como algo distinto de un producto humano (83).³

En este proceso de objetivación, el lenguaje desempeña un papel primordial en la medida que articula el discurso a través del cual las instituciones se legitiman, fundamentando su existencia. Más aún, el sistema lingüístico, al permitir la objetivización de la experiencia, es decisivo como instrumento del acopio colectivo de conocimiento. En el curso de la socialización, el sujeto internaliza los saberes sedimentados acerca del mundo social en un proceso que es a la vez aprehensión de la realidad social objetiva y producción continua de esta realidad.

En este sentido, el conocimiento se halla en el corazón de la dialéctica fundamental de la sociedad: "programa" los canales en los que la externalización produce un mundo objetivo, objetiviza este mundo a través del lenguaje y del aparato cognoscitivo basado en el lenguaje, vale decir, lo ordena en objetos que han de aprehenderse como realidad. Se internaliza de nuevo *como* verdad objetivamente válida en el curso de la socialización (89).⁴

Esta reconstrucción del surgimiento de la vida en sociedad trazada por los autores los conduce a afirmar que la realidad es una construcción que los hombres realizan en la vida cotidiana a lo largo de la historia. Con base en este posicionamiento puede introducirse, entonces, una reflexión

(3) Las cursivas son de los autores.

(4) Las cursivas son de los autores.

sobre los medios de comunicación en tanto instituciones forjadas en la praxis social y portadoras de un discurso autolegitimante. Si bien, como ya se ha señalado, la teoría de la construcción social de la realidad atañe a todas las esferas de la actividad humana y por ello no puede ser adjudicada exclusivamente al periodismo, las empresas informativas hegemónicas divulgan lo que se considerará en la sociedad públicamente relevante, poniendo en circulación lo acontecido en diferentes ámbitos. Así, Miquel Rodrigo Alsina (1993) adopta la definición de medios elaborada por Furio Colombo:

Comunicación de masas es, por tanto, un sistema de circulación de informaciones a través de vastas redes de distribución de la noticia que se superponen a toda forma de cultura local, de creencia y de elección original e interior, creando amplias regiones homogéneas de conocimiento común (35).

Por otra parte, Lorenzo Gomis (1991) subraya que los medios deben su nombre a la especificidad de su tarea como mediadores entre la realidad global y el público o audiencia que se sirve de ellos. Sin embargo, pone de manifiesto que esta mediación es algo más que simple comunicación, cuestionando lo que sostienen los discursos legitimantes de la práctica basados en la autoimagen de "transmisores de mensajes" cuyo quehacer consiste meramente en la búsqueda de noticias y su difusión.

Una comparación recurrente y muy propagada dentro de esta auto-comprensión institucional es la de los medios como espejo cuyo reflejo duplica al mundo, negando con ello cualquier tipo de intervención en la producción de lo real. No obstante, al indagar en esta imagen, Gomis muestra su falacia, llevando al extremo la semejanza. Mientras un espejo no toma decisiones, sino que simplemente refleja lo que tiene ante sí en forma simultánea, los medios raramente dan cuenta de lo que ocurre en ese momento, pues siempre existe una edición que implica procesos de selección, exclusión y jerarquización de los hechos sociales.

El imaginario instaurado por las instituciones informativas sobre el funcionamiento de los medios hace referencia también al rol del periodista en términos análogos. Su papel es el de un mensajero que rastrea las novedades y las reproduce con exactitud.

La propia profesión periodística se autolegitima en su rol de puros transmisores de la realidad social. Pero difícilmente los periodistas reconocen que llevan a cabo una construcción de la realidad social, como si esto fuera reconocer una especie de "pecado original" del periodismo (33).

La representación de las instituciones mediáticas y de sus trabajadores no sólo está sustentada en la autoimagen por ellos construida sino que también depende del reconocimiento del resto de la sociedad. En este sentido, se puede hablar de un contrato entre ambas partes. De esta manera lo entiende Pierre Bourdieu (1997) al dar como sustento de este reconocimiento un consenso social en torno a un determinado valor establecido como propio de una esfera de actividad específica. En el caso del periodismo, podría plantearse que este valor sería la "veracidad", definida como copia idéntica de la realidad. El autor, incluso, avanza más allá e intenta explicar el proceso mediante el cual se alcanza la aceptación general y esboza una "teoría de la producción de creencia" cuya base es "la labor de socialización necesaria para producir unos agentes dotados de esquemas de percepción y de valoración que les permitirán percibir las conminaciones inscritas en una situación o en un discurso y obedecerlas" (173).

Frente a las concepciones con las que los medios justifican su propia labor, existen otras esbozadas desde el campo de investigación en medios masivos de comunicación. Ellas, al desentrañar la complejidad de esta práctica, enfocan aspectos que permanecen ya sea velados, sesgados o disimulados en el discurso con el que se legitiman y desnudan sus tensiones constitutivas. Patrick Charaudeau (2003) observa que las instituciones informativas están atravesadas por una doble lógica: la económica, ya que se

trata de “una empresa cuya finalidad consiste en la fabricación de un producto que se define por el lugar que ocupa en el mercado de intercambio de bienes de consumo (y por lo tanto los medios tecnológicos utilizados para fabricarlo forman parte de esta lógica)” (16) y la semiológica, según la cual “todo órgano de información debe considerarse como una máquina productora de signos (es decir, de formas y de sentidos), que se originan en la parte de la actividad humana dedicada a construir sentido social” (16). A partir de esto, queda planteada la posibilidad de interrogarse acerca de la participación de cada una de ellas en el proceso de elaboración de la noticia, donde el autor señala la contradicción entre dos propósitos simultáneos: “hacer saber”, coincidente con la idea de proporcionar información a los ciudadanos, y “hacer sentir”, tendiente a captar una mayor cantidad de público para imponerse en la competencia empresarial.

Otra perspectiva sobre los medios es la desarrollada por Eliseo Verón (1987), cuyas observaciones presentan algunos puntos de contacto con la anteriormente expuesta. El autor adopta el concepto de “industria cultural” creado por el grupo de estudiosos marxistas pertenecientes a la escuela de Frankfurt, pero establece al respecto algunas modificaciones al despojarlo del énfasis crítico con el que fue inicialmente propuesto por ellos. A diferencia de esta corriente, cuya preocupación consiste en denunciar la intromisión —propia del mundo capitalista— del afán de lucro en las creaciones culturales, Verón opta por un uso descriptivo del término para dar cuenta de la lógica económica que subyace en la empresa mediática. En este sentido, la noticia es el producto de una fábrica, al igual que un automóvil lo es de la industria automotriz. La actualidad es así el resultado de un proceso productivo.⁵

(5) Verón insiste en la idea de que la actualidad como experiencia colectiva es una construcción, un producto elaborado por las industrias de la comunicación. Desde otra perspectiva teórica, Mar de Fontcuberta (1993) se refiere a la actualidad como una creación del propio

Según Rodrigo Alsina (1993) la materia prima con la que opera la industria de la información es el "acontecimiento", cuyo procesamiento deriva en el producto noticia. Se introducen ya, en este punto, dos de los conceptos básicos de la teoría del periodismo que son objeto de continua reflexión. Para el autor, se trata del pasaje de la percepción de un hecho en sí (acontecimiento) a la posterior elaboración como narración (noticia): "La empresa informativa puede entenderse como una industria que tiene como *inputs* los acontecimientos y *outputs* las noticias" (16).⁶ Sin embargo, los diversos sucesos que ponen en marcha este proceso no son, como puede parecer a primera vista, fenómenos absolutamente atribuibles a una mera facticidad, pues el acontecimiento no es una realidad objetiva sino que se encuentra determinado por el sujeto que percibe. Vuelve a plantearse aquí una serie de problemáticas vinculadas con las representaciones surgidas de la socialización en las rutinas profesionales, fundamentalmente, la idea de un periodista entendido en términos de intermediario transparente, como ya se indicó más arriba.

Un punto de partida ineludible para conceptualizar el acontecimiento reside en su carácter de realidad histórica determinada socioculturalmente (Rodrigo Alsina 1993). Esto pone de manifiesto que el rasgo de universalidad con el que suele pensárselo es una ficción que acusa etnocentrismo.⁷

medio y advierte, por lo tanto, acerca de la variabilidad de este "concepto determinado fundamentalmente por el período" (22). Entiende a éste como el ritmo de trabajo establecido por los medios y también como el intervalo de tiempo entre una comunicación y otra; se trata, para la autora, de una convención que estipula el tiempo de la difusión y a la que el lector está habituado. En consecuencia, "habrá diversas actualidades periodísticas que coexisten" (24), ya que a diferencia de "la prensa que emite sus mensajes de una sola vez, la televisión, y sobre todo la radio, renuevan continuamente sus mensajes. La periodicidad del medio, pues, crea su propio tiempo e impone al público un determinado ritmo de suministro de la información que equivale a una actualidad programada" (23).

⁽⁶⁾ Las cursivas son del autor.

⁽⁷⁾ Tzvetan Todorov (1991) señala que el etnocentrismo consiste "en el hecho de elevar, indebidamente, a la categoría de universales los valores de una sociedad" (21).

Cada comunidad reconoce por remisión a las normas de su sistema lo que debe ser considerado como un hecho de relevancia. Así, si para la civilización occidental los sacrificios humanos constituyen una transgresión de las pautas de comportamiento permitidas y, por lo tanto, algo extraordinario, esta práctica no lo es desde la visión de algunas tribus indígenas. De esta manera, se puede afirmar que el trabajo de los medios depende de una teoría del orden propia de cada sociedad, sobre la base de la cual se establece la condición de excepcionalidad. Es necesario aclarar, sin embargo, que para las industrias informativas no sólo cuenta el puro “hecho-ruptura”, sino también los actos que inciden en la dinámica social de un determinado país, tanto aquellos concernientes a la política como los que atañen a la legitimación de las instituciones o de las imágenes colectivas.

Las instituciones periodísticas han diseñado a lo largo de su existencia reglas de selección incorporadas sin cuestionamiento a sus prácticas rutinarias. Estas pautas de relevamiento terminan por dar una imagen parcializada del mundo, configurando una “visión estereotipada” que pone en entredicho la idea de los medios como espejo de la realidad (Charaudeau 2003). El paradigma de lo noticiable fija los siguientes criterios:

- | | |
|---|--|
| <p>① la novedad en un amplio sentido como todo aquello que marca un cambio en cualquier orden de la actividad humana (lo tecnológico, nuevas medidas presidenciales, la moda, avances científicos, etc.);</p> | <p>③ las crisis políticas, los estallidos sociales, las debacles financieras, las amenazas a la democracia, presentadas como una forma de resaltar el fortalecimiento del sistema;</p> |
| <p>② la violencia, el dolor, el sufrimiento de las víctimas como testimonios de una constante amenaza que pesa sobre los individuos;</p> | <p>④ las referencias a lo personal, a lo privado, a la transgresión del código moral;</p> |
| | <p>⑤ la fama, el éxito, los personajes de la farándula y sus parejas;</p> |

- | | | |
|---------------------------------------|---|----------------------------------|
| ⑥ las formas de competencia, la ri- | " | descontextualizada, al margen de |
| validad en todos los ámbitos: de- | " | la consideración del relativismo |
| portes, vida intelectual, política; | " | cultural como forma de afianza- |
| ⑦ lo extraordinario, lo singular y lo | " | miento de la propia cultura. |
| exótico, presentados de manera | " | |
| | " | |
| | " | |
| | " | |

Así, a partir de estos parámetros es que se moldea la realidad.

Walter Miceli, Emiliano Albertini y Eugenia Giusti (1999), investigadores de la Universidad de La Plata, proponen un marco teórico que asume como base tanto los aportes de diversos estudios en torno al tema de la construcción de la noticia como las reflexiones de los periodistas trabajadores de diarios nacionales sobre su práctica cotidiana. Desde el punto de vista de estos autores, no se ha puesto suficiente énfasis en un aspecto de la producción informativa valorado por ellos como decisivo: la noticia como negociación política.

(...) las noticias de los diarios nacionales son entendidas como la expresión de negociaciones políticas entre las empresas de comunicación y el conjunto de actores que intervienen en el proceso de inclusión, exclusión y jerarquización informativa, dadas en torno a los intereses en pugna, las estrategias de construcción mediática y la participación de los medios como bisagras entre los públicos y los anunciantes, en la búsqueda de dos objetivos principales: obtener ganancias económicas y lograr influencia política, social, económica y cultural (17).

Los autores especifican tres tipos de mutuas determinaciones en los medios: a) la articulación entre un diario y el resto de medios del sistema; b) la articulación de los diarios como parte de la industria comunicacional y los demás actores económicos y políticos que operan en forma directa sobre la construcción de la noticia; y c) la articulación y tensión entre los actores internos de los diarios en la valoración y jerarquización informativa. A este juego de influencias presente en la problemática de la construc-

ción de la noticia se añade la orientación hacia un perfil de lector que incide en las estrategias para el tratamiento de los temas de la agenda.

Si, por un lado, los acontecimientos de la realidad se aprehenden según los parámetros que desde el imaginario institucional definen qué es noticia, con la consecuente parcialidad y configuración de estereotipos y, por otro, este discurso legitimante elude el reconocimiento del conjunto de negociaciones entre diversos actores sociales en la labor informativa, el comportamiento especular que los medios se arrojan resulta entonces invalidado. A esto se agrega otra imposibilidad, originada por la insoslayable participación del instrumento básico de la comunicación: el lenguaje. Charaudeau (2003) señala que más allá de la constatación de la externalidad y autonomía del acontecimiento en relación con el lenguaje, es decir, su pertenencia al mundo en el que las cosas existen, se transforman, cambian su estado, etc., los "fenómenos sólo adquieren existencia significativa mediante la percepción-captación-sistematización-estructuración de un sujeto lingüístico" (119). Así, en la identificación misma del hecho se produce una integración a un sistema de pensamiento que lo torna inteligible. En consonancia con este postulado, Gomis (1991) se apropia de la figura del "operador semántico" formulada por José Luis Martínez Albertos para destacar el proceso de asignación de sentido del mundo llevado a cabo por medio de la palabra del periodista, consistente en "manipular lingüísticamente una realidad bruta para conseguir elaborar un mensaje adecuado mediante una acertada codificación" (37).

Es por esto que ya en la instancia de su comunicabilidad, jamás se transmite a un receptor tal como aparece en su manifestación primigenia. Un periodista "elige la forma y el contenido de los mensajes periodísticos dentro de un abanico más o menos amplio de posibilidades combinatorias" (Gomis 1991, 36) y con ello, imprime variaciones en su interpretación. En efecto, Charaudeau (2003) advierte sobre las "trampas" del lenguaje debido a que sus formas son portadoras de distintas significaciones y conside-

ra que la elección entre una u otra trae aparejados, respectivamente, efectos de sentidos diferentes, susceptibles de un análisis a la luz de la crítica ideológica.⁸ A esto se refiere el autor cuando insiste en la opacidad de la lengua, derribando en consecuencia la idea de transparencia a la que está habitualmente asociada en su función de representación. Una afirmación de Friedrich Nietzsche resulta acertada para concluir esta idea: "no existen hechos en sí. Siempre hay que comenzar por introducir un sentido para que pueda haber un hecho" (Barthes 1972: 25).

De lo hasta este momento expuesto se deduce que el principio de objetividad tan proclamado por los medios no puede ser mantenido como una posibilidad real y sólo tiene cabida en el plano de los ideales o, como señala Gaye Tuchman, se emplea como "ritual estratégico de defensa" (Rodrigo Alsina 1993, 170). Desde varias perspectivas es posible desechar el planteo de un conocimiento totalmente objetivo, tanto desde enfoques epistemológicos como historicistas. Una primera aproximación aquí presentada corresponde a la argumentación de Adam Schaff (1971), inscripta en el ámbito de la gnoseología marxista.

Respecto del conocimiento de la realidad, Schaff afirma que "el proceso cognoscitivo que engendra el conocimiento verdadero es a la vez subjetivo y objetivo" (71). Arriba a esta conclusión luego de una ardua tarea de definición de los términos involucrados en esta relación. Un punto de partida de su teoría es el cuestionamiento a las concepciones mecanicistas presentes en el modelo tradicional de explicación de la actividad cognoscitiva. Este paradigma presupone que los componentes de la rela-

⁽⁸⁾ Pionero en este tipo de estudio es el trabajo de Tony Trew (1983) "Lo que dicen los periódicos: variación lingüística y diferencia ideológica", en el que el autor intenta "desarrollar maneras más sistemáticas de aislar la ideología en el discurso, para ilustrar nuevos aspectos de la expresión lingüística de las relaciones de los periódicos y de las ideologías con los procesos sociales, y para mostrar un poco más la lingüística de los procesos ideológicos y del conflicto ideológico" (161).

ción gnoseológica se encuentran en "una relación unilateral en la cual sólo el objeto actúa sobre el sujeto" (68). De este modo, se representa al sujeto como miembro pasivo que se limita a "reflejar" la realidad objetiva. En las antípodas de esta concepción, se inscriben aquellas perspectivas denominadas por el autor "activistas", que niegan "la existencia objetiva del objeto a través de un idealismo subjetivo que transforma al objeto (...) en un producto, en una construcción del espíritu cognoscente" (69). Estos extremos incurren, a los ojos de Schaff, en el error pues él se niega a admitir que exista una estricta delimitación entre lo subjetivo entendido como lo que depende del sujeto y lo objetivo en tanto correspondiente a la naturaleza y a la sociedad. En efecto, para él hay un innegable factor subjetivo en el conocimiento ya que el sujeto desempeña un papel dinámico en la captación del objeto, pero a diferencia de las corrientes "idealistas", no lo piensa como procedente de un individuo "autónomo, es decir, independiente de todo condicionamiento y de toda determinación social" (67) sino como componente subjetivo condicionado socialmente.

Si hablamos del factor subjetivo en el conocimiento entendiendo por ello la influencia de los condicionamientos sobre la actitud cognoscitiva del individuo (como los intereses del grupo o el lenguaje), se borra la línea de demarcación entre lo subjetivo y lo objetivo en el proceso de conocimiento. Pues el llamado factor subjetivo es claramente de origen social, por lo tanto es "exterior", objetivo, con relación al individuo; por el contrario, el condicionamiento social objetivo se manifiesta siempre como un componente de las actitudes individuales, es decir, subjetivamente (67).

De esta forma, Schaff deconstruye la antinomia entre objetividad y subjetividad al reconocer la mutua interacción entre ambas partes, pues éstas no se dan como formas puras. Así, el sujeto es, a la vez, producto y productor de cultura. Sin embargo, esto no invalida la tesis sobre la existencia de fenómenos objetivos, independientes de la volición de aquél. Establecida su posición en el marco de esta dicotomía recurrente en la

indagación de la relación gnoseológica, el autor profundiza en los condicionamientos subjetivos del conocimiento humano. Ocupan un lugar privilegiado en su reflexión los factores vinculados al orden social (intereses de clase, ideología) y la función del lenguaje. Respecto de los primeros asume, siguiendo la teoría marxista, la vinculación entre conocimiento e ideología, dado que la percepción del mundo y su formulación en un sistema coherente está influida por “los intereses de clase (que existen bajo la forma de relaciones económicas y sociales objetivas pero también como manifestaciones subjetivas de la que la principal es la ideología social)” (52). A pesar de que esta premisa invalidaría la posibilidad de una captación objetiva, Schaff realiza una salvedad ligada al papel de la *intelligentsia* en tanto productora de explicaciones científicas del orden social. Afirma que este grupo, aunque no exento de condicionamiento, está, sin embargo, mejor preparado que los otros grupos sociales debido a que se encuentra —en virtud de su permanente tarea de reflexión— prevenido de este obstáculo deformante. De esta manera, la verdad absoluta imposible de alcanzar cede ante verdades relativas acumulables y perfectibles. En relación con el lenguaje, el autor previene acerca de una cuestión insoslayable: “el sistema de una lengua dada (por lo tanto, no solamente su léxico sino también su sintaxis) influye sobre el modo de percepción y de articulación el mundo en los miembros de la comunidad lingüística que la hablan, y por consiguiente, sobre su modo de pensamiento” (56).

La confianza de Schaff en el papel de un grupo de intelectuales que, conscientes de la visión deformante del conocimiento de la realidad como efecto de la ideología, se niegan a servir a los intereses de grupos privilegiados, introduce la preocupación sobre las funciones del periodista en relación con su sujeción empresarial planteada más arriba. Al respecto, y como señala Ana María Miralles (2002), investigadora y una de las creadoras en Colombia de un proyecto de periodismo cívico, el mito periodístico de la objetividad “ha debilitado la reflexión sobre las relaciones de fondo

entre política y periodismo" (11) y por lo tanto, el compromiso de los profesionales de la información.

Precisamente tanto esta autora como Miceli, Albertini y Giusti (1999) ponen de manifiesto una negación por parte de los medios de los momentos iniciales de su historia, caracterizados por un periodismo doctrinario o de opinión en pos de instituir una tradición ligada a la idea de objetividad. Sin embargo, ésta se vincula más bien a la etapa en la que se impone un periodismo informativo "que gana lugares en el mercado a través del ocultamiento manifiesto del sector al cual representa" (11). Con esto se instituye lo que se conoce como modelo liberal de la prensa.

Ante la posibilidad de maximizar las ventas, la exigencia de objetividad aparece también ligada a la tendencia a capturar un público variado, despojándose del inicial compromiso partidista. El modelo anglosajón legitimante de esta nueva dirección editorial enuncia la ecuación "hecho = noticia", desconociendo o más bien encubriendo la distancia entre lo acontecido en la realidad y su estructuración en un relato.

De allí que el énfasis en la información para vertebrar grupos heterogéneos acotando la opinión manifiesta promueve una equivalencia útil al editar periodísticamente: hecho = noticia. Llega a tal extremo la priorización del dato, que el hecho es igualado con la noticia desdeñando que ésta, por ser un texto escrito es, básicamente, un relato del hecho. La diferencia no es menor: al equiparar los hechos con las noticias se forja una imagen de objetividad aparente, que pretende esconder los mecanismos de inclusión, exclusión y jerarquización informativa propios de la labor periodística (11).

Algunas de las reflexiones de Roland Barthes (1972) acerca del relato histórico pueden ser extrapoladas para pensar las operaciones a través de las cuales hecho y noticia se equiparan, siguiendo lo señalado por Miceli et al. El autor, cuyo análisis se basa en un enfoque discursivo, desentraña los procedimientos de la escritura por medio de los que se alcanza el efecto de realidad. Merece ser destacado como mecanismo fundamental el que

consiste en que el enunciador se "ausenta" de su discurso al optar por contar la historia en tercera persona del singular evitando así cualquier signo que remita a su intervención y consecuente subjetividad. Mediante esta forma de relatar se crea lo que Barthes denomina "ilusión referencial", puesto que "el historiador sostiene que deja hablar sólo al referente"⁹ (16). No obstante, advierte también que a pesar de que se anulan las huellas de la subjetividad, no se consigue eliminar a la persona que enuncia lo acontecido.

Otras operaciones están orientadas a trazar relaciones entre el texto y el contexto. Al incluir referencias a diferentes formas de escucha para introducir la palabra de un informante, lo narrado se valida a través de estas fuentes y testimonios en un afuera del propio relato. Además, los pasajes descriptivos refuerzan la ilusión de realidad al reconstruir imaginariamente el lugar de los hechos. Los objetos representados se convierten así en evidencias de lo real.

Respecto de estas problemáticas de orden textual, Miralles aporta una crítica fundamental al descargar un golpe demoledor a la estructura tradicional de la noticia, consagrada en la institución periodística como paradigma de la escritura informativa. Para la autora, el esquema de la pirámide invertida -consistente en priorizar en el comienzo de la nota los datos más sobresalientes del hecho y luego desagregarlo en sus pormenores- es una rutina devenida en ritual y que termina por "homologar todas las informaciones, por disímiles que sean, bajo un mismo formato. Así, el acontecimiento, que en realidad es una ruptura del orden social, aparece siempre bajo la misma cara" (38-39).

⁹ Así como emisor, mensaje, receptor etc., el referente es uno de los elementos de la comunicación y puede definirse como "realidad no lingüística evocado por el signo" (palabra).

Lo expuesto en torno de la objetividad debe ahora retornar al punto de partida de este artículo y ser confrontado con lo inicialmente desarrollado acerca de la construcción de la realidad social en los medios de comunicación. Es fundamental en este punto retomar los planteamientos de Verón. Como se ha señalado ya, el autor considera que "los medios producen la realidad de una sociedad industrial en tanto *realidad en devenir, presente como experiencia colectiva para los actores sociales*" (1987: IV).¹⁰ Esta premisa lo lleva a poner en tela de juicio la idea de que el discurso mediático represente un "original" y, por lo tanto, lo desacertado de la interrogación por el carácter objetivo de la información. En la medida en que ésta no constituye una reproducción, no es dado plantear el problema de su adecuación a lo que se concibe como real. Al igual que Bourdieu, Verón afirma que este punto de vista no es compartido por los actores sociales, quienes tienen una idea de los medios diferente de la esbozada.

Pensamos que la realidad social está ahí, un poco en todas partes a nuestro alrededor y en el resto del mundo y que los medios reproducen, de esta realidad, compuesta de múltiples hechos una ínfima parte: aquella que consideran importante (IV).

La confianza en la idea de realidad como algo dado y, al mismo tiempo, la equiparación entre las nociones de "hecho" y "experiencia" transferida del orden individual al orden colectivo en una sociedad mediática configuran la creencia depositada en los medios.

En mayor o menor grado, cada uno de nosotros cree en los acontecimientos de la actualidad; damos crédito, necesariamente, a *alguna* imagen de la actualidad. Sin embargo, en la enorme mayoría de los casos no hemos tenido ninguna experiencia personal de los hechos en cuestión, en consecuencia, nuestra creencia no se funda en modo alguno en una "experiencia vivida" de esos hechos. Si damos crédito es porque algún discurso ha engendrado en nosotros la creencia

⁽¹⁰⁾ Las cursivas son del autor.

y en él hemos depositado nuestra confianza. (...) Recordemos pues aquí este principio fundamental: en nuestra relación con los medios no es porque hemos constatado que un discurso es verdadero que creemos en él; es porque creemos en él que lo consideramos verdadero (V-VI).¹¹

El análisis emprendido acerca de “La construcción de la realidad en el periodismo y la problemática de la objetividad” puede ser concluido trayendo a colación un cuento que, de manera irónica y crítica, plantea este tema con ese gran poder de condensación propio de la literatura. Se trata de “*Esse est percipi*”, compuesto entre Jorge Luis Borges y Adolfo Bioy Casares¹² y narrado por su célebre personaje ficcional Honorio Bustos Domecq. El relato desarrolla en clave cotidiana y cargada de humor el principio del filósofo irlandés del siglo XVIII Georges Berkeley expuesto ya en la frase latina del título que puede traducirse como “Existir es ser percibido”. Perplejo, Domecq descubre un día que el monumental estadio de River ha desaparecido del barrio de Núñez. Siente la necesidad de averiguar acerca de este asunto y se dirige a Tulio Savastano, presidente del club Abasto Juniors y amigo de su infancia, quien le deja entrever que no existen partidos, ni estadios, ni jugadores, sino una improvisación ejecutada por buenos relatores en base a decisiones por él tomadas, e incluso, llega a revelarle que la conquista del espacio es “una coproducción yanqui-soviética” (Borges y Bioy Casares [1967] 1997: 361). Al sentirse objeto de semejante confesión, el protagonista promete no divulgar esta verdad, pero Savastano, despreocupado, se jacta incitándolo: “Diga lo que se le dé la gana, nadie le va a creer” (362). El desenlace permite trazar relaciones con lo anteriormente expuesto acerca de la producción de creencia y retomar la cuestión del título del cuento. Tal como lo ha expresado Verón, la percepción que confiere carácter de realidad social no es la experiencia di-

(11) Las cursivas son del autor.

(12) Incluido en *Crónicas de Bustos Domecq*, publicado originalmente en 1967.

recta o la verificación empírica sino aquélla a la que accedemos a través de los medios. Aun cuando esta afirmación, en primera instancia, pueda resultar extrema, pues los medios no “producen todo aquello que los miembros de una sociedad industrial llaman ‘real’” (Verón 1987: IV), es posible postular a partir de lo sugerido por el cuento el carácter espectacular¹³ de los acontecimientos mundanos comunicados por los medios audiovisuales. Para Savastano, el fútbol, como otras prácticas deportivas, constituye “un género dramático, a cargo de un solo hombre en una cabina o de actores con camiseta ante el cameraman” (362). El relato desnuda así el carácter hegemónico de la lógica mediática en la sociedad actual, y la naturaleza de los hechos públicos, contruidos mediante el montaje y la escenificación.



⁽¹³⁾ Esta cualidad hace referencia a que los hechos mediáticos presentan las características propias de los espectáculos públicos; de manera semejante al montaje de una obra teatral, los medios “escenifican” los sucesos que van a ser visibilizados por la audiencia.

Bibliografía

- Barthes, Roland (1972). "El discurso de la historia". Roland Barthes y otros. *Estructuralismo y literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión. 9-28.
- Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas ([1968] 1986). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Borges, Jorge Luis y Bioy Casares, Adolfo ([1967] 1997). "Esse est peribr". Borges, J. L. *Obras completas en colaboración*. Buenos Aires: Emecé. 360-362.
- Bourdieu, Pierre ([1997] 1997). *Razones prácticas*. Barcelona: Anagrama.
- Charauzeau, Patrick (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Fontcuberta, Mar de (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós. 1998.
- Gomis, Lorenzo (1991). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Miceli, Walter; Albertini, Emiliano y Giusti, Eugenia (1999). "Noticia = negociación política". *Oficios Terrestres* 6. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación- Universidad Nacional de La Plata. 10-23.
- Miralles, Ana María (2004). *Periodismo, Opinión Pública y Agenda ciudadana*. Bogotá: Norma.
- Rodrigo Alsina, Miquel (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Schaff, Adam (1973). "La objetividad del conocimiento a la luz de la sociología del conocimiento y del análisis del lenguaje". Verón, Eliseo (comp.). *El proceso ideológico*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo. 47-69.
- Trew, Tony (1983). "'Lo que dicen los periódicos': variación lingüística y diferencia ideológica". Fowler, Roger, Hodge, Bob, Gunther Kress y Trew, Tony *Lenguaje y Control*. México: Fondo de Cultura Económica. 159-211.
- Todorov, Tzvetan (1991). *Nosotros y los otros. Reflexión sobre la diversidad humana*. México: Siglo XXI.
- Verón, Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.

APROXIMACIONES AL PERIODISMO

Ricardo Bocos (comp.)

Este libro fue escrito pensando en la necesidad de aquellos que buscan sistematizar conocimientos en el ámbito periodístico. Para eso, se convocó a profesionales del área, comunicólogos y docentes universitarios, a fin de escribir una publicación que procure aproximarlos al oficio periodístico.

Daniel Santoro resalta en el Prólogo que "el libro significa un esfuerzo de producción intelectual desde afuera de Buenos Aires, donde tenemos muchas más facilidades que los colegas del interior. Y esto es muy importante en medio de la globalización, que parece barrer con fronteras exteriores e interiores, y de la revolución tecnológica liderada por Internet y los teléfonos celulares".

A lo largo de *Aproximaciones al Periodismo* se analizan los espacios de la opinión pública, la construcción de la realidad, la problemática de la objetividad y los diferentes géneros periodísticos, ya sea para los medios escritos, orales o televisivos. No se dejó de lado el Nuevo Periodismo ni el periodismo de investigación, además de desarrollarse las conexiones de la redacción periodística con otras disciplinas científicas y analizarse la prensa gráfica y sus códigos. Un capítulo aparte mereció Internet en la profesión, como parte de la irrupción de las nuevas tecnologías en esta profesión.

MANUALES HUMANITAS

A través de *Manuales Humanitas* se publican textos de consulta o de apoyo a la enseñanza. Los trabajos presentados para su publicación son evaluados por reconocidos especialistas de las distintas disciplinas.



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

ISBN - 978-950-554-543-8