

Carlos Oteyza Scull

La objetividad como responsabilidad

En diferentes oportunidades durante estos últimos dos años, se ha discutido sobre la responsabilidad que tienen los medios de comunicación social y los periodistas como generadores del clima de inestabilidad del país. En cada ocasión los aludidos han alegado que sólo informan retratando la realidad y que su misión no es esconder nada sino ser fieles a su público o a su audiencia, a quienes se deben con objetividad. El debate en torno a la objetividad no es nuevo y parece que será eterno. ¿Por qué no decir lo que sucede, lo que está pasando? Los periodistas están obligados a informarnos «objetivamente», así lo han repetido, aunque las consecuencias de su información parece que no les atañen.

Probablemente, medios y periodistas han «forzado» el mito de la objetividad y esto, creemos, ha debilitado el sentido de responsabilidad de los medios y comunicadores. Consideramos que, desde el encuadre más insignificante de una cámara hasta el subtítulo más ingenuo de un impreso, el hecho comunicacional está cargado de subjetividad. Es evidente que la decisión de qué va en primera plana, o del tamaño y ubicación de un titular, siempre estará cargada de subjetividad e intencionalidad. Más que una falta o una inconsecuencia profesional, consideramos es parte del oficio. El periodista registra la noticia o el hecho y le da prioridad a lo que considera más importante, haciendo énfasis en algunos aspectos o desechando otros. Lo mismo sucede en los noticieros de televisión. De todas las informaciones que llegan, el jefe de redacción tiene que seleccionar y abrir con la noticia más importante. ¿Más importante para quién? ¿Para su público?, ¿para el rating?, ¿para la línea editorial del medio o para su conciencia? Citemos un ejemplo de nues-

tros noticieros televisivos de alcance nacional: abre con la noticia de la muerte de un joven en el barrio La Dolorita y las declaraciones de sus familiares, que denuncian la falta de protección policial del sector. Luego, en la misma tónica, jerarquizando las noticias en su escala de «importancia», el noticiero nos muestra un tubo de aguas negras roto desde hace un mes en el barrio Kennedy de Caricuao y vemos a los niños jugar en las aguas negras... y así se van estructurando, según un criterio definido, las noticias que el medio quiere comunicar para todo el país. Cada canal, cada programa jerarquiza «objetivamente» el orden de las noticias que comunica.

La objetividad va más allá del qué presentar y del tiempo que se dedica a cada información. Estamos hablando, por ejemplo en televisión, del montaje, cuya utilización es sin duda una de las que más se presta a la subjetividad en la comunicación. El gran cineasta ruso Sergei Eisenstein nos enseñó hace ya mucho tiempo la magia de este recurso. En nuestra televisión, aunque de manera bastante más elemental, los noticieros han sabido utilizar el montaje para informar «con objetividad desde el lugar de los acontecimientos».

Podemos agregar también, que al realizar entrevistas, el periodista busca una información objetiva pero bien sabemos que la selección a los entrevistados y el tiempo que se le da a cada uno de ellos responde a criterios subjetivos (del periodista, del director del programa, del canal o del medio)

No nos referimos a estos aspectos de la comunicación donde la objetividad es cuestionable para apoyar la tesis de que como los medios no son objetivos y por lo tanto mienten, es necesario recurrir a un

control, digamos algo así como a un censor de los abusos de libertad de expresión. Nos oponemos verticalmente a cualquier intento de coerción de la libertad de expresión. Pero debemos reflexionar sobre la peligrosa tesis de la supuesta objetividad legitimadora de los comunicadores y de los medios.

Es obvio que por las diversas razones que hemos visto, existen límites a la objetividad a la hora de comunicar, pero pensamos que a esto no hay que temerle. Sólo hay que aceptarlo así y asumir la responsabilidad que se tiene como comunicador o como medio. Tomemos algunos ejemplos: en España bien se sabe que un mismo hecho noticioso no será tratado de la misma manera en el diario ABC que en El País o en Cambio 16, en Francia L'Humanité difícilmente coincidirá con Le Figaro en la cobertura noticiosa y esto no ha molestado mayormente ni a los españoles ni a los franceses. Ellos conocen la línea de sus periodistas y de sus periódicos.

Pensamos que lo que difiere con nuestros medios es que aquí, con el indiscutible escudo de imparcialidad del periodista, usted puede decir lo que sea de quien quiera, que el periodista es objetivo y se encargará de transmitir lo dicho. Es como si usted mañana se parara en el medio de la Plaza Bolívar y empezara a opinar de lo que quiera. En seguida el disciplinado comunicador cumplirá con su labor de transmitir la noticia sin tomar mayor preocupación ya que una persona identificable ha opinado. Sabemos bien que al llegar a este punto, la objetividad comienza a hacerse trizas, porque dependiendo de lo que se diga, de quien lo diga, y a quién beneficie lo dicho, el jefe de redacción lo colocará en la página, con el título y la extensión que le parezca más conveniente. De allí uno descubre que hay noticias que para otros medios no existen o son relegadas a su mínima expresión. Esta es la realidad de nuestros medios. Pero acaso ¿tiene esto algo de malo? Pues no mucho. En un sistema democrático, donde a nadie se le impone el qué, ni el cómo, ni el dónde, sólo la conciencia profesional de cada medio y de cada periodista tiene la medida exacta de la importancia que se le debe otorgar a lo que hizo o dijo el presidente o el portero. A nuestro modo de ver, en la democracia, el gran censor sería entonces el público, quien le dará confianza al medio y a los periodistas que a

mediano plazo demuestren ser más fieles con lo acontecido, con lo trascendente, con su conciencia.

De todo esto se desprende la necesidad de pluralidad en la propiedad de los medios de comunicación, pues ésta viene a ser la piedra angular para una mayor garantía de acceso a una información veraz y confrontada (objetiva en la medida de lo posible). Si entendemos que no existe la objetividad pura en la información, la pluralidad y la diversificación de las fuentes de información se convierten en un objetivo esencial. En efecto, la concentración - y por ende el control - de los medios de comunicación en pocas manos pasa a ser el obstáculo a evitar para lograr una pluralidad en la comunicación.

En este marco de pluralidad y de responsabilidad en la comunicación, el estribillo de «estamos cumpliendo con la objetividad del periodismo» perdería su fuerza y la responsabilidad del informante asumiría rango preferencial. Tenemos entonces que el comunicador, supuesto robot de la información objetiva, se convertiría en un declarado pensante, responsable (aunque a lo mejor más subjetivo), que accede a la noticia, sopesa su importancia, consulta varias fuentes, verifica su fidelidad según sus propios criterios profesionales y así nos la transmite, inclusive a riesgo de equivocarse. Preferimos este riesgo que la supuesta y cómoda sinceridad con que muchas veces tanto los medios como los comunicadores nos han vendido la objetividad periodística.

Todo esto toma una importancia capital dado el momento histórico que vive actualmente Venezuela y el poder creciente que han acumulado los medios y comunicadores en estos últimos años. Sin muro de Berlín, sin peligro comunista, sin Recadi o sin Estado fuerte, los medios «por ahora» no tienen a quien «temerle». Nunca antes la prensa, la televisión y la radio habían ejercido tal influencia en el desarrollo de la política de nuestro país y no hay indicios de que se revierta esta tendencia a mediano o corto plazo. (Aco-temos que este fenómeno no es exclusivo de Venezuela). El gran poder que tienen los medios y los comunicadores conlleva una responsabilidad con el país. Como hoy a sus partidos políticos, mañana la sociedad venezolana le pedirá cuenta a sus medios de comunicación. No pensamos que esta predicción sea riesgosa. A

mayor cuota de poder, mayor responsabilidad y por lo tanto mayor rendición de cuentas. Periodistas y medios tendrán que aprender a asumir su oficio, no sólo desde la perspectiva de una objetividad inexistente, (intereses económicos, ideológicos o gremiales) sino también como actores fundamentales del país.

Para ayudar a entender mejor lo anteriormente dicho, nos vamos a permitir citar un artículo publicado en el periódico *Le Monde* el pasado 22 de julio titulado «Los medios hacedores de guerra». Allí se analiza el papel de los medios y de los periodistas en el conflicto en la ex Yugoslavia. **«Hay periodistas que son criminales de guerra; ellos tienen la misma responsabilidad que los militares en el conflicto»** Esto no lo dice un ciudadano miope o resentido de Belgrado sino el redactor en jefe del diario *Oslobodenje* de esta ciudad, que acusa a cierta prensa y a la televisión de haber fomentado el odio en las diversas comunidades de la ex Yugoslavia. En el mismo artículo, se cita a Petar Lukovic, jefe de redacción del semanario independiente de Belgrado *Vreme* quien explica que **«...la propaganda empezó hace algunos años atrás a partir de 1986 en Serbia. Resultó en una cascada progresiva que culminó con la guerra... Primero con propaganda contra los albaneses del Kosovo —ahí fue donde empecé el nacionalismo serbio— ... donde empezó la «catástrofe» ... luego fueron los eslovenos acusados de separatismo, luego los croatas acusados de fascismo ... esta guerra ha sido conducida por la televisión, y muchos periodistas son culpables de crimen de guerra porque si no matan con bomba, matan con sus palabras»**. Luego de varias citas y comentarios realizados por periodistas yugoeslavos acerca de la responsabilidad de los medios en el actual conflicto, Predrag Matvejevic, profesor de la Universidad de Zagreb explica como, a la caída del comunismo, la televisión de Belgrado retomó el tema del genocidio de los serbios durante la segunda guerra mundial por parte de los croatas. La utilización «objetiva» de imágenes de archivo de la 2ª guerra y de otros capítulos de la historia sirvió para avivar las pugnas nacionales y fomentar el odio.

Guardando las distancias, este cuestionamiento de los medios en rela-

ción a la guerra civil yugoeslava constituye una advertencia aleccionadora que no debemos ignorar. Pensamos en la manera cómo se cubre «objetivamente» las llagas de nuestra democracia y a la vez cómo se trata con guantes de seda a quienes propugnan fórmulas patrioterías y voluntaristas para solucionar nuestros problemas. También aludimos ciertas políticas editoriales que consideramos peligrosas, que exacerban sentimientos primarios en lo que parece una búsqueda de mayor rating. Estamos aludiendo aquí al editorial del *Diario de Caracas* del 5 de septiembre de este año, que consideramos ilustrativo de la responsabilidad de nuestros medios en relación a Colombia. Veamos: **«Colombia incrementó durante los dos primeros meses de este año, sus importaciones de armas, en un plan que ha duplicado en diez años su presupuesto militar ... esta misma semana inició una movilización de sus tropas en la frontera con Venezuela, supuestamente para prevenir ataques guerrilleros ... los venezolanos debemos percatarnos del insulto que acabamos de recibir, cuando Colombia ... deportó a 10 ciudadanos venezolanos que supuestamente trabajaban con visas de turistas ... Colombia nos ha enviado, implícito en las deportaciones, este mensaje de profundo desprecio a nuestros gobiernos...»**.

Por razones geopolíticas e históricas, el futuro de nuestro país estará cada vez más integrado al bloque latinoamericano en el cual, por razones obvias, Colombia ocupa un lugar privilegiado. (¿O es que nosotros, al contrario del resto del mundo, vamos a esperar el siglo XXI sin integrarnos y de espaldas a nuestro continente?). Esta integración pasará por la búsqueda de las coincidencias y necesitaremos apoyarnos en ellas para minimizar los factores de diferencia. En este caso específico, como en muchos otros, periodistas y medios tendrán que asumir su responsabilidad como formadores de opinión y privilegiar una reflexión documentada y plural, que tome en cuenta las consecuencias a mediano y largo plazo. Una manera de responder con dignidad al usufructo de un poder alcanzado lamentablemente más por el desgaste de los poderes tradicionales que por sus propios méritos y que reposa sobre 18 millones de lectores y receptores.