

Editorial

DIRECTIVAS DE LOS DIARIOS

"MAL INFORMADO, EL HOMBRE ES UN SUJETO;
BIEN INFORMADO, ES UN CIUDADANO."

A. Sauvy

Los diarios que mañana y tarde ofrecen su mercancía de noticias y opinión son adquiridos por sus asiduos lectores de una forma casi compulsiva. La droga del estar informado, de lo novedoso y espectacular, crea el hábito por un consumo masivo de titulares e informaciones anecdóticas. Esta sensación de inferioridad, percibida frente a las páginas de cualquier periódico, ¿refleja la superioridad de una directiva? ¿Tienen directivas los diarios? ¿Qué valores determinan su orientación? ¿Qué pretenden las personas entregadas a comunicar al público lo que el mismo público produce? ¿Les mueve un motivo de bien común, de sensibilidad social?

PUBLICIDAD Y DIRECCION

El periódico tiene un precio fijo que, ligado a tradiciones, posibilidades de absorción del mercado, consideraciones prácticas, hacen que esté casi siempre por debajo del precio de costo. La publicidad sufraga y permite remontar este desnivel estructural. En Venezuela, los anunciantes gastaron, en 1970, 250 millones de bolívares por concepto de publicidad en la prensa. La venta al pregón sólo significa el 25% de los ingresos de los periódicos.

Los diarios reciben mucho dinero de la publicidad, pero su correspondencia es generosa. La publicidad necesita de los periódicos como éstos de aquélla. El mensaje de la publicidad llega al domicilio del consumidor en forma repetitiva, en condiciones favorables de ser aceptada y superando horarios y limitaciones geográficas. Este aspecto comercial de la publicidad, esencial para los anunciantes, va unido lógicamente al tiraje del periódico.

Venezuela, donde cuarenta firmas sostienen más del 60% de la publicidad, padece de la hipersensibilidad inherente a toda economía que aspira —supuesta la venta de sus productos— al mando y al poder. La prensa entonces depende de los grupos económicos que limitarán su acción y obligarán a que el periódico la desarrolle dentro de unos límites discrecionales no demasiado amplios. La información y su valoración en titulares, espacio y contenido se encontrará más o menos coartada.

Los grupos económicos, promotores de una concepción materialista de la vida, en no pocas ocasiones, buscan en el periódico un eco de lo que ellos piensan y practican; una seguridad de que su ideología no se restringe a los suyos, sino que tiene el respaldo de la gran masa de lectores. Casi una afirmación de su buena conciencia, basada en un consenso. Esta buena conciencia será cultivada por el periódico en contra de su propia libertad de acción. Esta servidumbre encubre uno de los males más graves de nuestra sociedad. Obstaculiza todo intento de progreso y evolución hacia una mayor liberación social.

PERIODISTAS Y DIRECCION

La redacción de un diario es labor de periodistas profesionales. Sin embargo, como la administración condiciona a la dirección y ésta a los redactores, la calidad de contenido desmerece y el periodismo se convierte en el cumplimiento de una serie de detalles limitativos de forma y fondo que obligarán al redactor a preocuparse por conservar su puesto y sueldo. A esta preocupación acompaña en el profesional honesto el sentimiento de una profunda frustración personal.

Un periodista dócil no puede permitirse la libertad de informar clara y llanamente, por ejemplo, sobre conflictos laborales que afectan a la empresa privada, porque eso no agrada a la dirección del diario. La falta de sentido social de los administradores es notoria y frecuente. Cuando la época de las elecciones se avecina, la dirección (léase administración) toma partido definido según sus intereses empresariales y políticos. La honestidad en el manejo de informaciones y análisis queda más soterrada que nunca y el descrédito educativo de quienes se dicen voceros de la opinión pública raya en lo inverosímil. Un servicio público se convierte en tribuna y bajo epígrafes populares y politiqueros se encubren mezquinos y turbios "contratos" político-administrativos. Arrastrados por tan agobiantes intrigas, la ética profesional de no pocos periodistas capaces parece víctima de la intriga.

¿UN DERECHO INALCANZABLE?

El derecho a la libre expresión, y después el derecho a la información libre y objetiva, han sido reconocidos por las Constituciones de los Estados y por las Iglesias, particularmente la católica.

La reciente instrucción pastoral "Communio et Progressio" sobre los Medios de Comunicación Social (18 mayo 1971), preparada por mandato especial del Concilio Vaticano II, indica:

"La libertad, por la que cada uno puede expresar sus sentimientos y opiniones, es necesaria para la formación recta y exacta de la opinión pública. Conviene, pues, con el Concilio Vaticano II, defender la necesidad de la libertad de expresión, tanto para los individuos como para la colectividad, dentro de los límites de la honestidad y del bien común. Y puesto que se exige la colaboración de todos para el real progreso de la vida social, es necesaria también la libre confrontación de opiniones para que, aceptadas unas y rechazadas o perfeccionadas otras, y conciliadas y acomodadas las demás, terminan las más sólidas y constantes por crear una norma común de acción." (n. 26)

Y más adelante el documento previene:

"También, la libertad misma de los medios de comunicación puede peligrar por la presión de los medios económicos. Como los medios de comunicación social están apoyados en una economía, sólo podrán subsistir aquellos que consiguen mayores ingresos de la publicidad. Se abre, así, camino a los monopolios y se pone en peligro el derecho de recibir anuncios o de rechazarlos y el mismo diálogo social. En el uso de los medios de comunicación social ha de garantizarse 'el pluralismo' y defenderse con leyes adecuadas contra el peligro que nace de que las inversiones procedentes de la publicidad vayan a parar exclusivamente a los medios más poderosos." (n. 62)

Estos párrafos formulan un derecho fundamental de la persona humana y el correlativo deber de respetarlo. El gran público tiene el derecho de saber y los periodistas el deber de hablar. El problema es sumamente complejo y si en alguna parte se hubiera dado con "la solución", hace tiempo sería del dominio de los Estados.

La prensa diaria se encuentra en posición singular. Se fundamenta en el derecho de los ciudadanos a la expresión e información y se ejerce como actividad económica privada. En otras palabras, los periódicos tienen el control de este derecho, este bien común, pero su responsabilidad sólo puede ser exigida si conforme a las leyes vigentes incurre en delitos contra la persona (difamación, calumnia, etc.) o contra el Estado (soberanía, seguridad, etc.). Pero en cuanto a la manipulación de la noticia, la transmisión de la información según su verdad y su valor dentro de un todo, queda al arbitrio de propietarios y directivos. Sin embargo, el público destinatario de los mensajes tiene derechos superiores a los de cualquier organización dominada por sus propios intereses y la ley de la ganancia.

Si el periodismo, en su sentido más amplio, no es de hecho, ni está considerado como un asunto de todos, cuyo porvenir se discute abiertamente, cuya gestión escapa a los intereses estrictamente privados y cuyos errores necesitan corrección, el odio y la violencia hacia él tarde o temprano se harán sentir. Un país que busca su desarrollo con angustia se halla en situación de emergencia, de lucha, de estado de guerra. Los países forzados por el apremio del subdesarrollo tienden hacia una centralización más o menos fuerte de la información. El problema es de los más temibles.

En Venezuela, con el fin de adaptar la función del diario a su función social, sería deseable que la AVP, cuyo trigésimo aniversario celebramos, propiciara una asociación libre (también de los partidos), representativa no sólo de los periodistas, sino del conjunto de la prensa y sus lectores, que tenga como objetivo la mejora del ejercicio del derecho a la información. Su influencia derivaría de su independencia y autoridad moral. No se trata de un "código de honor" ineficaz, sino de un compromiso serio enmarcado legalmente. Por otra parte, el poder legislativo podría crear un régimen jurídico anti-trust, combinado con el estímulo hacia fórmulas cooperativas o fundacionales. La verdadera casa del periodista es el periódico. Con lo gastado en este tipo de obras podría haberse formado un fondo económico cuyos intereses servirían ya para mantener un diario autónomo.

Pero no seamos ingenuos; el problema es de difícil solución. Algo, sin embargo, puede hacerse y por ello no caemos en el escepticismo.