

# La realidad informativa como realidad de segundo orden ¿Qué queda de la objetividad? José Manuel Chillón<sup>1</sup>

*“La pura verdad es que en el mundo pasa en todo instante, y, por tanto ahora, infinidad de cosas. La pretensión de decir qué es lo que ahora pasa en el mundo ha de entenderse pues, como ironizándose a sí misma. Más por lo mismo que es imposible conocer directamente la plenitud de lo real, no tenemos más remedio que **construir arbitrariamente una realidad**, suponer que las cosas son de un cierta manera. Esto nos proporciona un esquema, es decir, un concepto o enrejado de conceptos. Con él, como al través de una cuadrícula miramos luego la efectiva realidad y entonces, sólo entonces, conseguimos una visión aproximada de ella. En esto consiste el método científico. Más aún, **en esto consiste todo uso del intelecto**”<sup>2</sup>*

En este texto de Ortega tenemos ya apuntada la dirección que hemos de seguir. La pretensión de decir exactamente lo que sucede en el mundo es tanto más inútil cuanto más complejos se vuelven los acontecimientos y cuantas mayores repercusiones tiene cada hecho en todos los ámbitos en esta era de la globalización<sup>3</sup>. Las cuadrículas que, según Ortega, condicionan la visión de la realidad para la ciencia, son ahora las que también agrupan las rutinas profesionales de los periodistas como las únicas armas de recepción de lo real<sup>4</sup>. Y todo ello del lado del sujeto, del profesional, precisamente porque desde Kant ha caído la barrera entre lo objetivo y lo subjetivo como si de compartimentos estancos se tratara. De la misma manera que la objetividad del conocimiento necesita de la subjetividad para constituirse, la objetividad periodística precisa de la actividad profesional para construirse. Por eso necesitamos sustituir la

---

<sup>1</sup> Pertenece al Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria. Es profesor de Filosofía en Valladolid. Licenciado en Filosofía (UVA) en Teología (UPSA) y en Periodismo (University of Wales). Es Premio Extraordinario en las dos primeras titulaciones y Mención Especial en los Premio Nacionales Fin de Carrera otorgados por el MEC. Posee el Diploma de Estudios Avanzados y trabaja en la tesis doctoral sobre las relaciones epistemológicas y deontológicas entre filosofía y periodismo. Ha publicado el libro *Periodismo y Objetividad: entre la ingenuidad y el rechazo. Esbozo de una propuesta*, en la editorial Biblioteca Nueva además de otros artículos en revistas especializadas.

<sup>2</sup> ORTEGA Y GASSET (1972), 196-97.

<sup>3</sup> Una pretensión que, por cierto, se hizo famosa con el slogan de Ernesto Sáenz de Buroaga, “*así son las cosas, y así se las hemos contado*” Todo un ejemplo de ingenuidad (*así son las cosas*) y de petulancia profesional (*así se las hemos contado*)

<sup>4</sup> En este sentido, Sánchez Noriega sitúa a los medios como los nuevos ídolos que obstruyen el acercamiento y el conocimiento de la realidad, al estilo de la línea comenzada por F. Bacon para identificar distintos ídolos o prejuicios que hay que conocer para librarse de ellos. Pero además, los medios, por el otro lado, y siguiendo la misma imagen de la cuadrícula que propone Ortega, “*constituyen también ‘aprioris’ en los que se puede dar la percepción de la realidad*” SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (1997) 133

búsqueda tradicional de un periodismo objetivo por la comprensión de lo que vamos a llamar la subjetividad objetivante. La subjetividad de cuyo lado caen los a priori del conocimiento y los presupuestos profesionales, y la tendencia objetivante que marca el terreno real en donde opera el sujeto-profesional y el medio. Sólo así podemos saber lo que hace el periodismo informativo con la realidad: la construye. Veamos cómo.

## 1. Medios y construcción de la realidad social. Influencia y efectos en los públicos

*“La información ya no es sólo privilegio de unos pocos, sin embargo, sí es distribuida por unos pocos. Y es aquí donde deberíamos cuestionarnos si los medios transmiten la realidad social o la construyen. Al intentar captar el estado de la opinión pública, estamos investigando la opinión del público, o ¿estamos generando opinión en el público? Los profesionales de los medios de comunicación no sólo contribuyen a la formación de la opinión pública sino que determinan su formulación”<sup>5</sup>*

Las propuestas de investigación sobre la construcción de la realidad social que llevan a cabo los medios, se han basado fundamentalmente en los **efectos** que una construcción así provoca en los públicos tanto en la cosmovisión social como en la formulación concreta de opinión pública, según nos explica el texto de Codina. En este encuadre teórico se sitúa el pensamiento de Mauro Wolf y su estudio de los efectos sociales de los medios de comunicación. El punto de partida de su investigación es el mismo que el que utiliza Lipmann en sus trabajos sobre opinión pública: los públicos dependen cognitivamente de los medios de comunicación para conocer la realidad social. Pero el punto de llegada es mucho más sutil y original: consiste en analizar el proceso por medio del cual las representaciones simbólicas de los medios se utilizan como recursos para elaborar los sistemas de conocimiento de los consumidores<sup>6</sup>. Los medios asumen de esta manera el papel de ser las únicas representaciones posibles (al menos inmediatas) de la realidad. Todos invocamos (en terminología de Giddens) a ellos como fuente e incluso utilizamos sus representaciones como forma de comprender

---

<sup>5</sup> CODINA (2002), 31

<sup>6</sup> WOLF (1994), 113-14. Son muy importantes, a mi modo de ver, sus observaciones sobre cómo la construcción de la realidad social que llevan a cabo los medios es también un proceso de **formación de cultura**, aunque quienes lo experimentan permanezcan inconscientes a esta particular estructuración del conocimiento y de la conciencia. A este respecto afirma: “*Los media serían así actores destacados de un proceso que se aleja del conocimiento en la medida en que constituye el cuadro en el que se produce el conocimiento de la realidad social. Esto no quiere decir que esta clase de proceso sea invisible, sino más bien que se tiene que convertir en visible, porque su “invisibilidad” es una condición de su eficacia*” 118-19

y asimilar nuestras propias actividades cotidianas. Pero todavía, según Wolf, hay que destacar algo más:

*“A su monopolio como fuentes fácilmente accesibles de conocimientos sobre aquella realidad social que se escapa de la experiencia personal directa e inmediata, los media añaden un componente de **facticidad** intrínseco a su ser, al mismo tiempo recurso y vínculo. No es sólo un problema de falta de fuentes alternativas de conocimientos y de representación de la realidad: es también el hecho de que en el uso de los media se produce y reproduce su manera de ser, un recurso estructuralmente estable, institucionalizado y que se puede compartir, y esto repercute automáticamente en los trazos que caracterizan la recepción”<sup>7</sup>*

En este sentido, los medios no sólo constituirían el universo simbólico de referencia para cada individuo sino para el conjunto de los grupos humanos que comparten la visión de la realidad social ofrecida por los medios de comunicación a los que todos tienen acceso. No tienen valor sólo y exclusivamente por capacitarnos para acceder a experiencias mediatas que escapan a nuestras percepciones inmediatas, sino porque son ellos los que establecen la institucionalización de lo que sea la realidad social. Independientemente de la capacidad crítica de sus receptores, para los teóricos de esta línea de pensamiento, la influencia de los medios de comunicación, (elevada a una potencia mayor desde la introducción de la televisión) reside precisamente en ser los depositarios de la imagen social de la realidad según la construcción que sobre ella imponen a los ciudadanos. Una imposición que, al parecer, se hace tanto más sutil cuanto más se va borrando la diferencia entre el contenido de los medios y los sistemas de representación que los individuos utilizan en el conocimiento de lo social, es decir, cuanto más inconscientes nos hacemos ante este proceso de influencia mediático<sup>8</sup>.

Las teorías más conocidas sobre la influencia de los medios en los públicos vienen a incidir en este mismo sentido. Tanto la propuesta de la *Agenda Setting* como la famosa *Espiral del Silencio* de Noelle-Neumann o la *Teoría del cultivo* de Gerbner, tratan de determinar cómo el quehacer cotidiano de los medios de comunicación, al seleccionar unos temas y no otros, al privilegiar unos testimonios y al otorgarles un

---

<sup>7</sup> Ibid. 120

<sup>8</sup> En esta línea, otros autores han supuesto que el periodismo es la fuente de racionalidad pública, responsable, por tanto, de constituir una cierta univocidad en los significados sociales. “*Los medios construyen la realidad social transformando la significación de las prácticas sociales y de las tradiciones en función de un contexto de sentido que ya no es local o territorial e interpersonal, sino transcultural y despersonalizado*” ABRIL (1997), 274 -75

puesto y una extensión determinada en el bloque de la información, están contribuyendo a la jerarquización y valoración que, más o menos conscientemente, llevan a cabo los públicos sobre los distintos temas. Estas teorías, por primera vez, descubrieron que la mayor influencia de los medios reside en que las realidades descritas por ellos son, en último término, la realidad social que existe y que los públicos conocen (más allá de la realidad social de la que tienen experiencia directa). Y es que, la responsabilidad de las empresas informativas y de sus profesionales reside en que, precisamente, la elaboración de su propia agenda de acontecimientos relevantes y noticiables construirá la realidad social públicamente reconocible, condenando la otra parte a la *espiral del silencio*<sup>9</sup>. La propia dinámica de trabajo periodístico se encarga de encumbrar y destronar a las realidades sociales, sin contar con el agravante que, a este respecto, suponen las dependencias ideológicas de los medios o las presiones empresariales.

Muchos de los autores situados en esta línea de la *construcción de la realidad social* consideran, sin embargo, falsa la falacia que trata de considerar pasivos a los públicos destinatarios, como si no hubiera posibilidad de interacción entre emisor y receptor. La influencia en la construcción de la realidad se asienta en una especie de contrato por el que los receptores asumen la competencia de los medios y les otorgan confianza, un contrato que se ha ido forjando con la extensión del uso social de los medios. Unos medios que, por su parte, se han encargado de autolegitimar esas pretensiones.<sup>10</sup> Hemos traído a colación estas posturas teóricas para tratar de desvincular la construcción de la realidad que queremos proponer como actividad constitutiva del

---

<sup>9</sup> Hoy día lo vemos de forma clara aunque sólo tomemos el ejemplo de las guerras. La cuestión es, por una parte, cómo la guerra de Irak ha ocupado páginas y horas de informativos, cómo ha dividido a Europa frente a Estados Unidos, qué implicaciones políticas y electorales ha supuesto... pero por otra, tiene una contrapartida moral: haber privilegiado la guerra de Irak ha condenado a otros muchos conflictos tan graves o más al mayor de los silencios. ¿A quién le interesan las guerras de África? La teoría de la *espiral del silencio* defiende que, como consecuencia de todo ello, en un entorno de representación desequilibrada de las tendencias de opinión, los individuos tienden a proceder de una manera característica ya anteriormente detectada por la investigación del comportamiento en los pequeños grupos: rehuyendo la posibilidad de aislamiento y sumándose, al manifestar sus opiniones, a la posición mayoritaria.

<sup>10</sup> La legitimación, en general, ha sido entendida por Berger y Luckmann, como el proceso en el que se explica o justifica el orden institucional atribuyendo validez objetiva a sus significados. Los autores distinguen cuatro niveles de legitimación que van desde la transmisión del sistema por el que se objetiva lingüísticamente la experiencia a los universos simbólicos que unifican el orden institucional. (cfr. BERGER, P-LUCKMANN (1984) Gonzalo Abril ha hecho una traducción interesante de estos 4 niveles autolegitimadores a la actividad de los medios de comunicación. Cfr. ABRIL (1997) 285-87. Por cierto, también la sociología de la ciencia ha venido manteniendo desde los años sesenta que la realidad es una construcción social, un artefacto construido como fruto del debate científico. Una línea teórica que nos sitúa, a mi modo de ver, en los umbrales del posmodernismo relativista y escéptico.

periodismo informativo, de las propuestas teórico-sociológicas que tratan de comprender los medios exclusivamente desde los efectos que provocan en los públicos. Las teorías sobre *construcción de la realidad social* sirven, en alguna medida, para un momento posterior al estudio de los medios donde es preciso analizar su influencia en las sociedades contemporáneas y justificar así, en qué sentido puede decirse hoy que la información es poder. Pero sólo en un segundo momento, porque antes tenemos que resolver la pregunta que ha dado origen a este trabajo: la posibilidad de encontrar una fundamentación a la teoría de la información periodística que integrando las aportaciones subjetivas y profesionales y tomando en cuenta la realidad sobre la que se pretende emitir información, responda a los interrogantes más profundos que recorren la historia del periodismo desde sus comienzos: ¿es posible ser objetivos?<sup>11</sup>

## 2. La mediación constructiva del periodismo informativo

La idea de que el Periodismo no se limita a dar una versión de la Realidad, sino que, al mismo tiempo, crea una nueva Realidad, escribe Enrique de Aguinaga, ya es bastante común en los análisis teóricos. Títulos como *La invención de la realidad; La producción de la noticia o La construcción de la Realidad*, significan, en definitiva, que el sistema periodístico crea una Realidad artificial en la que estamos inmersos naturalmente, con la misma naturalidad que el actor se mueve en el decorado teatral<sup>12</sup>. Pero, aunque este sea el estado de la cuestión, no deja de ser inquietante saber hasta qué punto esa producción o fabricación respeta la realidad de la que levanta acta y sirve al derecho a la información del ciudadano. Y es que, la sospecha generalizada sobre los medios de comunicación tiene que ver con el tipo de relación existente entre lo que al público le llega y lo que sucedió. ¿Cuál es, entonces, la realidad que transmiten los medios de comunicación y que reciben los públicos? ¿Existe alguna diferencia entre la realidad de la que los medios son testigos, y la realidad contada a los públicos?

---

<sup>11</sup> Algunos teóricos han visto en el presupuesto sociológico de una realidad social que es creada, la imposibilidad evidente para que los medios de comunicación puedan someterse a una lógica distinta que dependa e incluya concepciones éticas y morales. Aceptar este presupuesto constituye una de sus propuestas de intervención en el mercado informativo. Puede verse en este sentido el estudio de RAUSELL KÖSTER, C-RAUSELL KÖSTER, P. (2002), 127-78. Una propuesta, en mi opinión, demasiado conformista y pesimista de la realidad actual

<sup>12</sup> AGUINAGA (1998), 127

*“La actividad profesional de los periodistas en los medios consiste en una interpretación sucesiva de la realidad social. Tal interpretación resulta posible gracias a la reducción de la realidad a hechos que puedan comunicarse como noticias (...) Los medios actúan de este modo como mediadores generalizados. Esta es su función social”<sup>13</sup>*

La mediación que ejercen los medios para cumplir con la misión que les ha encargado la sociedad, tiene que ver con tres momentos esenciales: **captación**, **selección** y **difusión** de los hechos. Precisamente porque la mediación se despliega en este triple dinamismo, la mediación nunca puede ser reflejo, ni ventana ni espejo de ninguna realidad. Una visión teóricamente responsable y sensata de los medios tendrá, por tanto, que abandonar esa postura ingenua y precrítica de los medios como auténticos *correveidiles* de los acontecimientos sociales (como ya aclaramos en el capítulo dedicado al realismo informativo) Desde el momento en que la mediación de los medios deja de ser considerada como mera correa inocente de transmisión de los hechos, o reformulamos la objetividad buscada, o nos quedamos sin la legitimación social que requiere el periodismo informativo. El medio en sí impone restricciones muy severas a la realidad en bruto. Él es el responsable de convertir un hecho en noticia, un proceso de conversión que es, en nuestra propuesta, un proceso de construcción.

*“Eso que les pasa a individuos y colectivos les ocurre también, a no dudarlo, a los periodistas y a los medios de comunicación. Estos no existen aparte ni se apostan ante una supuesta «realidad objetiva», entendida como «cosa» externa, preexistente y dada. Establecen con «ella», más bien, una compleja relación dialéctica en virtud de la cual los media se alimentan del abigarrado conjunto de enunciados lingüísticos, icónicos y de acción que damos en llamar «realidad», y a su vez generan nuevos enunciados que inciden sobre los ya existentes”.<sup>14</sup>*

Muchos autores situados en la línea realista han huido de la comprensión del término construcción azuzados por la posibilidad de que ello mine la pretendida objetividad de lo real. Han creído que construir no es sino la antesala para la persuasión y manipulación de los medios<sup>15</sup> y que llevar a cabo propuestas en este sentido, no hace

---

<sup>13</sup> GOMIS (1991) 175.

<sup>14</sup> Cfr. CHILLÓN (1998) 96

<sup>15</sup> “Los científicos sociales que estudian las noticias hablan un lenguaje del que los periodistas desconfían y no comprenden. Hablan de ‘construir noticias’ o ‘hacer noticias’ o ‘la construcción social de la realidad’ (...) Incluso los periodistas que critican las prácticas diarias de sus colegas y de sus organizaciones, encuentran ofensiva esta jerga” PHILIPS, B. cit. por VALBUENA (1997) 100. Sin embargo, no ha tenido miedo a caer en las redes de un constructivismo radical Niceto Blázquez, que hemos incluido dentro de la línea del realismo informativo y que se expresa en estos términos: “La información consumada se convierte en una nueva realidad para el receptor. Tiene el mismo papel que

más que legitimar la práctica periodística más nefasta para la sociedad. Sin embargo, penetrando más en el funcionamiento de los medios, entenderemos que la construcción, constitutiva de su mediación, no tiene por qué incluir ninguna sospecha de intencionalidad desinformativa. Los medios manipulan los hechos en la cotidianidad de sus tareas y en el ejercicio de sus rutinas. Entre esa manipulación esencial que llevan a cabo para ejercer correctamente su misión social de mediación, y la manipulación ya no de los hechos sino del sentido y contenido de los mismos, existe el espacio ocupado por la deontología mediática: el espacio salvado por la veracidad profesional como condición de posibilidad de que la realidad informativa, la realidad captada por los públicos, tenga las garantías de verdad informativa.

El profesor Lorenzo Gomis ha explicado esta mediación de los medios en términos de interpretación. Y aunque el término ‘interpretar’ tenga connotaciones difícilmente conciliables con la objetividad buscada, rescataremos el texto precisamente porque en él se define lo que nosotros preferimos nombrar como “*mediación constructiva*”:

*“Puesto en términos de Teoría de la Comunicación, diríamos que considerar el periódico como intérprete significa que hace las veces de receptor y emisor o fuente. El periódico percibe mensajes diversos procedentes de las agencias de prensa, de los propios corresponsales del periódico, de otros medios de comunicación, de servicios oficiales, de personas directas... los descodifica, los elabora, los combina, los transforma y, finalmente emite nuevos mensajes”<sup>16</sup>*

Análogamente a cómo en Kant las cosas en sí, la realidad nouménica, se presentaba como un límite infranqueable para el conocimiento, las realidades en sí, los hechos periodísticos en sí, se presentan como límites para la comunicación masiva: no es posible que los públicos puedan recibir la misma realidad de la que los medios son testigos. Y ya sabemos por qué no es posible. Lo sabemos, desde el punto de vista del conocimiento, por Kant<sup>17</sup>, y periodísticamente por la mediación de los medios. Y es que

---

*desempeñaba la realidad para el emisor. En tal sentido, puede decirse con toda propiedad que el emisor es un fabricante de una realidad capaz de adecuarse al entendimiento como verdad objetiva. El emisor al elaborar la información construye una realidad para el receptor que se enfrenta a ella como algo objetivo. El receptor es así descubridor de una específica realidad adecuando a ella su mente como en el proceso de verdad lógica. El emisor convierte la realidad en información, la cual es una a modo de realidad para el receptor”*

<sup>16</sup> GOMIS (1987), 18

<sup>17</sup> Y también por Ricoeur, según recoge el estudio de Haber Guerra, ya que, siguiendo la tríada hermenéutica del filósofo francés, cabrían tres interrogantes iniciales: a) Contar la noticia, ¿es explicar el



ni siquiera los medios pueden captar la realidad tal cual es ya que sólo una parte de ella es susceptible de ser recibida por los profesionales de la información. Una especie de *realidad fenoménica* que sólo existe en la cámara de TV, y en la grabadora de sonido. De la misma manera que el espacio y el tiempo (primer escalón del conocimiento), como formas puras de la sensibilidad, operan refiriéndose a objetos considerados en cuanto fenómenos, *pero no representan las cosas mismas*<sup>18</sup> y son los fenómenos los que determinan el terreno de su validez objetiva, la realidad captada por los medios de comunicación (primer eslabón del proceso productivo de información) a partir de la cual comenzarán las operaciones de construcción posteriores, es también una realidad fenoménica. Sólo podemos captar, tomar testimonio y recoger imágenes de lo que aparece, del fenómeno susceptible de convertirse en noticia. Es verdad que la realidad es mucho más amplia, mucho más compleja. En ese sentido, y siguiendo con la lectura de quienes han visto en el noumeno de Kant un concepto límite, podemos pensar que un periodismo de precisión y de investigación trataría de ir más a las entrañas de lo meramente fenoménico, aun a sabiendas de que la realidad en sí es un horizonte inalcanzable.

*“La cámara cinematográfica, y tras ella la de vídeo, se fabrican para producir imágenes que se asemejan a la estética renacentista. Ésta unificó el ángulo de visión, centrando la imagen en un punto que coincide con la proyección del ojo. Hay pues, una visión unívoca que define una verdad. Y hay también, por lo tanto, unos teóricos límites de la visión que crean unos límites de la imagen (...) Según Danto, incluso si pudiéramos contemplar la totalidad del pasado, cualquier relación que diéramos de él, supondría una selección, una insistencia, una eliminación, y presupondría criterios de relevancia, por lo que nuestra relación no podría incluir todo (...) Los hechos en sí mismos, por lo tanto, carecen de significación. El historiador debe integrarlos en una construcción narrativa, en un relato que, al darles valor, los hace inteligibles. La narración es una forma de organizar los datos, y por ello, un modo de interpretar”<sup>19</sup>*

---

hecho noticioso? b) Leer (escuchar, ver) un texto periodístico, ¿es comprender la noticia? c) Estar informados, ¿es interpretar la realidad objetiva noticiada? Las respuestas desmontarían, una vez más, la llamada objetividad informativa. Para contar la noticia hacen falta dos condiciones *sine qua non*: percibir el hecho noticioso y convertirlo lingüísticamente en texto periodístico. Ambas remiten a la máxima según la cual, lo que yo digo que veo, no es tal, sino la forma que tengo de expresarlo. HABER GUERRA, Y (2007), 86. Más adelante, insistirá con más vehemencia, “*ilusión de realidad, transparencia como artificio, ficción del directo y la autenticidad, simulacro de la realidad, de tal suerte, no existe ni información objetiva ni lectura objetiva de la información*” 87

<sup>18</sup> A 39, B 56. Más adelante, justo en el comienzo de la Estética Trascendental, Kant define así el fenómeno: “*recibe el nombre de fenómeno el objeto indeterminado de una intuición empírica*” B 34, A 20

<sup>19</sup> URRUTIA (1997), 50



La realidad-materia prima de la información, garantía de la comunicación verdadera, sufre un primer proceso de síntesis desde el momento en que los medios sólo captan una parte muy reducida de lo acontecido: una captación que conlleva unos límites tecnológicos presididos por actitudes de decisión profesionales<sup>20</sup>. Es a esa realidad en bruto recogida por los medios, según las directrices de los periodistas testigos del acontecimiento, a la que llamamos *realidad fenoménica* y sólo sobre ella ejerce el periodismo la tarea posterior de selección, ordenación, jerarquización... y todas las demás rutinas profesionales que darán lugar al producto final que reciben los públicos.

Hay que aclarar que cuando hablamos de realidad fenoménica, estamos hablando de la única realidad que puede ser captada por los medios, de la realidad que precisamente por manifestarse, puede ser comunicada mediáticamente. En ningún momento estamos justificando la omisión voluntaria de datos o de hechos reales provocados por una intencionalidad desinformativa previa. Si así sucediera, estaríamos ante una realidad en bruto, ante una realidad fenoménica que no ha seguido los dictados profesionales de la *veracidad*<sup>21</sup> y que por tanto, desde su nacimiento, está incapacitada para transmitir una verdad informativa al no haber garantizado la relación esencial del mensaje informativo con la realidad original (la realidad en sí, siguiendo con la terminología kantiana). Nuestra propuesta, en ese sentido, ofrece un fundamento teórico a las críticas sociales que otorgan una cierta responsabilidad a los profesionales de la información sobre lo acontecido: porque desde el primer momento actitudes profesionales como la veracidad garantizarán que los distintos avances constructivos que se dan hasta llegar al producto final, no pierdan el punto esencial de referencia a la realidad-materia prima de la información. Por eso construir la realidad no implica

---

<sup>20</sup> La profesora Casals Carro atribuye a todo acto de escritura una forma de construir la realidad en la medida en que presupone la situación concreta y particular del autor así como una decisión voluntaria de hacerlo de esta o de otra manera: “*Cuando narramos algo por escrito empezamos un proceso muy parecido al que empleamos cuando decidimos fotografiar espacios: depende de la posición, del ángulo de mira, del zoom, de la iluminación, el que ofrezcamos una imagen más o menos acertada. Nunca será real, tan solo más próxima o más manipulada. La escritura no genera verdad. Pero construye realidades. Y, desde luego, es un acto de voluntad previa el modo de esa construcción*” CASALS (1999), 45

<sup>21</sup> La falta de veracidad provoca que el sujeto quede informado pero erróneamente, o dicho de otra manera, reciba una percepción equivocada de la realidad. Así lo expresa el profesor LÓPEZ CAMBRONERO (2002): “*Quien recibe información falsa construye su imagen del mundo, lo que él considera realidad, a partir de relatos que no se adecuan correctamente a los acontecimientos, con lo que sus conceptos de lo real, y más todavía, su forma de ser (que está mal construida, mal informada) carece de una cierta falla*” 85

inventarla ni tampoco negar el estatuto ontológico de lo que existe fuera de nuestra conciencia. De esta manera, podemos aventurarnos a distinguir tres tipos de realidad:

- **Realidad-materia prima de la información:** Es la que hemos llamado también realidad en sí o realidad *noumenica*. Es la realidad que da sentido a toda la información y al ejercicio periodístico. Si no fuéramos capaces de reconocer este nivel de existencia, perdería legitimidad toda tarea informativa y caerían en el absurdo todas las reclamaciones legales en torno al derecho a la información. Sin este primer nivel de realidad, cualquier proyecto de regulación ética de los medios así como los códigos deontológicos profesionales se convertirían en meros programas de intenciones sin contenido. El medio nunca puede producir esta realidad que lo trasciende, de otra manera estaría inventándosela. Esta realidad sería, en términos *fregeanos*, la referencia, susceptible de ser expresada por multitud de sentidos ¿Estaría puesto a buen recaudo nuestra necesidad social y nuestro derecho a la información en medios que se conciben a sí mismos como fabricantes de los hechos de los que pretenden informar? La relación entre este nivel de realidad y la información posterior transmitida la expresa muy correctamente este texto de Sánchez Noriega:

*“Los medios no son, habitualmente, productores de hechos sino transmisores, elementos de una cadena cuyo primer eslabón está fuera de ellos. Sin embargo, **no hay cadena sin ellos**, lo que equivale a decir que, en cuanto productores de la noticia –esto es, de convertir los hechos en hechos noticiosos- también son, en definitiva, productores de información”<sup>22</sup>*

- **Realidad fenoménica:** Acabamos de referirnos a ella. Es la realidad-materia prima en su aparecer para los medios: testimonios de protagonistas, imágenes de los hechos (tomadas con un ángulo y un enfoque determinado) Los medios no pueden recogerlo todo, en primer lugar por el tiempo normalmente escaso para la captación de esta realidad, y en segundo lugar porque hay aspectos que, formando parte de la realidad primera, no son

---

<sup>22</sup> SÁNCHEZ NORIEGA (1997), 83

susceptibles de ser comunicados por estos canales. La realidad fenoménica es, por tanto, el conjunto de hechos periodísticos noticiables que pertenecen a esa realidad-materia prima de la información y cuya captación depende tanto de las condiciones impuestas por los aparatos tecnológicos utilizados, como de las orientaciones profesionales requeridas (ante un asesinato, un periodista puede preferir planos del cadáver tapado en la calle, totales de los testigos, primeras declaraciones de los cuerpos de seguridad o simplemente un plano general del suceso) Esa primera decisión de tomar un material audiovisual u otro sobre la realidad en sí para el bruto de la información, que como hemos visto tendrá que estar guiada por la veracidad, unida a los condicionantes ineludibles de la tecnología de los medios, justifican que podamos hablar, en este primer paso del proceso de construcción informativa, de *realidad fenoménica*.

- **Realidad informativa-realidad construida:** El último nivel de realidad es el que corresponde a la realidad emitida por los medios y captada por los receptores. ¿Estamos ante la misma realidad que al principio? ¿qué ha pasado en este tránsito?, si estamos ante *otra* realidad, ¿qué garantías de verdad le corresponden? Hemos llegado al final del proceso: la realidad estaba ahí, algunos retazos han sido captados por los medios y ahora se presentan informativamente. Lo que ha sucedido no es una degradación del primer nivel para convertirse en información<sup>23</sup>, sino que ha tenido lugar el **proceso constructivo** por el cual, el periodista ha colocado y ordenado los hechos periodísticos que constituían el nivel anterior de realidad fenoménica y ha vuelto a imprimir en ellos distintas condiciones exigidas por el trabajo y las rutinas profesionales: les ha conferido un espacio, un tiempo, ha seleccionado algunos de esos brutos, otros se han obviado, ha recortado las declaraciones de los protagonistas... Y todo ello, de nuevo, guiado por una decisión profesional que

---

<sup>23</sup> Así lo han entendido los hermanos Rausell Köster, como si la realidad informativa que reciben los públicos significara una deformación de la realidad inicial. Los autores hablan de esta realidad informativa como una segunda realidad que sólo conocemos a través de los medios de comunicación, algo en lo que estamos de acuerdo. Sin embargo añaden una nota pesimista a esta reflexión: “*esta realidad es tan inmensa y contradictoria que ya no somos capaces de discernir los enunciados verdaderos de los falsos, y nos referimos a ella en términos de verosimilitud e inverosimilitud, es decir, en términos de coherencia con respecto a enunciados anteriores pero no con relación a un referente que exista al margen del discurso*” RAUSELL KÖSTER, C-RAUSELL KÖSTER, P. (2002) 32

baraja criterios como la importancia y relevancia, la respuesta social, el interés público...

*“Es inevitable que en cierta medida, la existencia misma de medios como instrumentos de mediación significativa traga aparejada la construcción de significados y de la realidad. Negar lo inevitable de este proceso implicaría querer borrar los estudios de los últimos decenios sobre la semiótica y la sociología del periodismo. Sin embargo, lo que queremos decir es que estos fenómenos se producen en mayor medida de lo que sería fisiológico, debido a la falta de cuidado profesional –y, a veces, lamentablemente, a intereses particulares y mala fe”<sup>24</sup>*

Por eso, si el proceso tiene todas las garantías de veracidad profesional, es decir, si las rutinas y las decisiones profesionales no esconden ningún interés espurio, la realidad informativa en cuanto realidad construida para los públicos, será una **realidad de segundo orden**, de algún modo la realidad virtual, entreverada por la verdad informativa: la verdad esperable del periodismo que permite a los destinatarios la posibilidad del conocimiento sobre esa primera realidad-materia prima de la información<sup>25</sup>.

### 3. Volver a la objetividad periodística: la subjetividad objetivante

Hegel ya acusó a Kant de que la objetividad postulada por su Crítica no era sino una objetividad subjetiva. No había más remedio si queríamos fundamentar el conocimiento en la seguridad y en el éxito del que disfrutaban la geometría y la física de la Ciencia Nueva. La posibilidad de los *juicios sintéticos a priori* fundaba, desde ese momento, la Ciencia de las posibilidades de la ciencia. Es posible obtener juicios que, ampliando nuestro conocimiento, nos ofrezcan la universalidad y necesidad que no puede ofrecernos la experiencia. El idealismo trascendental kantiano se encargaría de poner el basamento teórico necesario para fundamentar el conocimiento científico en la realidad que aporta la experiencia, y en la necesidad y universalidad de las formas y

---

<sup>24</sup> BETTETINI, G. Y FUMAGALLI, A. (2001), 23

<sup>25</sup> Lorenzo Gomis ha hablado de dos niveles periodísticos refiriéndose a dos grados en la interpretación: “*debe distinguirse una interpretación de primer grado, que nos permita llegar a decir que tal cosa ha ocurrido en tal sitio, que Fulano ha hecho esto o ha dicho aquello (con lo que obtenemos el producto comúnmente llamado información) y una interpretación de segundo grado que nos permita situar un hecho, dado como noticia, en el contexto social y decir qué significa (...) La interpretación de primer grado nos dice qué ha pasado: es descriptiva. La interpretación de segundo grado nos dice qué significa lo que ha pasado: es evaluativa*” GOMIS (1987) 17

categorías *a priori* que inauguran la Filosofía Trascendental. La objetividad de los juicios, desde entonces, o contaba con el sujeto, o no sería más que un cúmulo de experiencias sin orden ni horizonte.

La objetividad periodística, de igual modo, abandona ahora la estrechez de miras con la que la habían comprendido el realismo y el idealismo. En una u otra postura tendríamos que haber ya firmado su sentencia de muerte, pero hemos entrevisto una posibilidad teórica de entenderla y resucitarla. El realismo informativo había abandonado la cotidianeidad del trabajo profesional que cada día se encuentra con las dificultades propias de tener que informar sobre unos hechos que tiene que modelar, redactar, fotografiar... El idealismo informativo, por su parte, había despreciado el sentido precrítico que supone la existencia del mundo y la posibilidad de ser conocido, dejándonos en un acosmismo de enormes consecuencias éticas y en el fondo, deslegitimando la función informativa como tal. El periodista que a diario tiene que codearse con todos estos problemas sabe que hay algo ahí fuera que sucede, pero también tiene conciencia de que, de alguna manera, él manipula lo sucedido: no puede conocerlo en su totalidad, no puede captarlo globalmente, tiene que resumirlo, seleccionarlo, ponerlo en conexión con otros acontecimientos... La esquizofrenia vital para quien se para a pensar en su trabajo consiste en elegir entre la objetividad como servicio público o la profesionalidad como realización personal. El problema es que, antes incluso de elegir, reconoce que la objetividad sin profesionalidad, sin el sujeto periodista y sus rutinas profesionales, es una objetividad sin valor informativo, de la misma manera que el sujeto profesional sin realidad sobre la que informar condena al periodismo a renunciar a la verdad.

Por eso la comprensión del quehacer informativo, desde la propuesta de una subjetividad objetivante, viene a conciliar estas dos exigencias creando toda una nueva teoría de la información periodística como la que se ha expuesto en las páginas anteriores. Un presupuesto filosófico que, situado en la tradición kantiana, sirve para cimentar teóricamente una objetividad que, lejos de paradigmas ingenuos, construye la realidad informativa que reciben los públicos. Y por eso, a la construcción de la objetividad del conocimiento en la que nos ilustra Kant, se añaden los *apriori* propios de la profesión periodística. El tránsito entre las tres realidades antes diseñadas presupone un sujeto que va progresivamente construyendo la noticia que será

comunicada masivamente. Una subjetividad que tiene como punto de partida la realidad-materia prima de la información, y que reconoce en la veracidad la condición de posibilidad de que su construcción sea objetivante, es decir, una comprensión de la subjetividad que, al agrupar todos los quehaceres y decisiones profesionales, construye una realidad informativa que posibilita y facilita a los públicos (lectores o audiencias) un conocimiento sobre las realidades sociales de las que no han tenido experiencia directa. Si este es el resultado, el periodismo volverá a entrar en la senda de la objetividad de la mano de la subjetividad que la constituye, de la mano del profesional que la hace posible.

*“En un extremo de la cadena hermenéutica de la noticia se halla una supuesta objetividad de partida. Pero cuando la comprensión de la noticia se explicita en la interpretación de la realidad noticiada, con el lenguaje siempre como mediador, se obtiene una intersubjetividad de llegada: infinitas lecturas de una misma noticia; cada hecho y cada noticia que lo expresa constituye una unidad de variantes fenoménicas donde el yo se utiliza siempre (aun cuando gramaticalmente no aparezca la primera persona del singular), que el periodista informa de algo a un receptor tú/yo lector. La significatividad de la noticia no depende solamente del hecho noticioso como tal, sino de lo que tanto el periodista como el lector pueden aportar gracias a las posibilidades ontológicas de las palabras y el lenguaje. De un lado está el texto periodístico, del otro, su sentido, su interpretación; de un lado la realidad noticiable, del otro la imagen de esta, la visión que de esta nos entrega el lenguaje. La conversión del hecho noticioso en información periodística es llevada a cabo por un operador humano, el periodista. La traducción de lo real mediada por un observador (periodista) en símbolos/signos, lenguajes y discursos (periodísticos) constituye la realidad (noticiosa)”<sup>26</sup>*

El periodista, se convierte en el ingeniero y en el arquitecto de una nueva realidad construida con materiales procedentes del acontecimiento del que se está informando. Hay una nueva disposición de los hechos, hay una ordenación concreta de los mismos y hay una valoración de esa realidad en el conjunto de las otras realidades fenoménicas que se pretenden transformar también en realidades construidas. El arquitecto (**subjetividad**) toma decisiones sobre cómo orientar la recepción primera de esa realidad, actúa con ella, la modifica, ajusta los materiales al ‘espacio de obra’, al tiempo de emisión, selecciona las imágenes representativas de los hechos, une las palabras que se dirigen protagonistas en conflicto para que se vea la declaración y contra-declaración seguidas... pero no crea los materiales (**objetivante**) hacia los que se mantiene en continua referencia. Un arquitecto de cuyo éxito sólo podrá hablarse a

---

<sup>26</sup> HABER GUERRA (2007), 87



posteriori: cuando esa determinada construcción y, por tanto, esa particular dotación de sentido al conjunto de la realidad, produzca el efecto cognoscitivo esperado.

Para este camino necesitamos más alforjas. Necesitamos deslindar la noción de verdad informativa que emana de este tercer de nivel de realidad construida. Necesitamos explicar la veracidad<sup>27</sup> como actitud profesional garantizadora de la permanente soldadura de quehacer profesional con la verdad. Y necesitamos saber que junto a la justificación y pretensión del periodismo informativo, o mejor dicho, que de ese análisis de la justificación y pretensión del quehacer periodístico, emerge una deontología concreta y un sentido democrático esencial para la profesión. Temas que dejamos abiertos para posteriores investigaciones.

## Bibliografía

- AGEJAS, J. A.– SERRANO OCEJA, F. J. (coords.) (2002): *Ética de la comunicación y de la información*, Barcelona, Ariel
- AGUINAGA, E. de (1998): “¿Información veraz?” en *Estudios sobre el mensaje periodístico* 4, 123-133
- BETTETINI, G. Y FUMAGALLI, A. (2001): *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*, Pamplona, Eunsa
- BLÁZQUEZ, N. (1996): “El fundamento metafísico de la verdad informativa” en *Studium* 36 (1996) 1-18; 193-233; 379-410
- CASALS CARRO, M. J. (1999): “El arte de la realidad: perspectivas sobre la racionalidad periodística” en *Estudios sobre el mensaje periodístico* nº 5, 37-62
- CHILLÓN, A. (1998): “El giro lingüístico y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística” en *Anàlisi* 22, 1998
- CHILLÓN, J. M. (2007): *Periodismo y objetividad. Entre la ingenuidad y el rechazo. Esbozo de una propuesta*. Madrid, Biblioteca Nueva
- GOMIS, L. (1991): *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós
- (1987): *El medio media. La función política de la prensa*, Barcelona, Mitre
- HABER GUERRA, Y (2007): “Repensar el periodismo. Metadiscursos y concomitancias” en *Estudios sobre el mensaje periodístico* 13, 83-90
- KANT, I. (1978): *Crítica de la razón pura*, Traducción y notas de Pedro Ribas, Madrid, Alfahara
- ORTEGA, F. (ed.) (2006): *Periodismo sin información*, Madrid, Tecnos

---

<sup>27</sup> Para un acercamiento concreto a estas cuestiones puede verse otras de nuestras publicaciones como (2007) “La verdad periodística. En busca de un nuevo paradigma” en *Universitas Philosophica* 48, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. 95-125 ó (2008): “Verdad informativa y veracidad informadora. ¿Puede hacer algo el periodismo por la Verdad?” en *Estudios Filosóficos*, Valladolid (en prensa)

- ORTEGA Y GASSET, J. (1972): *La rebelión de las masas*, Madrid, Revista de Occidente
- PAVÓN RODRÍGUEZ, M. (1988): *Objetividad y juicio en la Crítica de Kant*, Sevilla, Servicio de publicaciones de la Universidad de Sevilla
- RAUSELL KÖSTER, C. - RAUSELL KÖSTER, P. (2002): *Democracia, información y mercado. Propuestas para democratizar el control de la realidad*, Madrid, Tecnos
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (1997): *Crítica de la seducción mediática*, Madrid, Taurus
- VALBUENA, F. (1997): *Teoría General de la Información*, Madrid, Noesis
- URRUTIA, J. (1997): *La verdad convenida. Literatura y Comunicación*, Madrid, Biblioteca Nueva
- WOLF, M. (1994): *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Paidós