

INTENCIONALIDAD EDITORIAL.
APORTES TEÓRICO – METODOLÓGICOS
ACERCA DEL PROCESO PERIODÍSTICO

Nombre y Apellido: Espeche, Carlos Ernesto

E-mail: ernestoesepeche@speedy.com.ar

Institución a la que pertenece: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNCuyo

Área de Interés: 11. Dimensiones teórico-metodológicas de la investigación en comunicación

Palabras claves (3 - tres): Teoría, Periodismo, Intencionalita Editorial

1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un avance de la investigación enmarcada en la tesis doctoral de Carlos Ernesto Espeche en el marco del Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y comunicación de la UNLa Plata, titulada “Los medios de comunicación como productores y reproductores de ideología a partir de construcciones simbólicas. El rol del proceso periodístico en la legitimación/deslegitimación de la protesta social en Argentina desde la restauración democrática”. Victor Ego Ducrot es el co- director de esta tesis y docente de esa unidad académica. Cabe mencionar que la dirección de la tesis mencionada está a cargo de la Lic. Alcira Argumedo.

1.1 LAS TEORÍAS DEL PERIODISMO

Generalmente se denomina “teoría del periodismo” a la descripción de técnicas propias del hacer periodístico. Estas consisten en reflexiones acerca de la práctica profesional. Se desprenden de los estudios sobre el proceso productivo de la noticia: los estudios basados en el gatekeeping, la construcción de la noticia o newsmaking, las rutinas productivas y los criterios de noticiabilidad. (Martíni, Stella *Periodismo, noticia y noticiabilidad* Norma, Buenos Aires, 2000)

Por un lado, se puede vislumbrar en estos trabajos la preeminencia de la producción textual característica de los cursos de producción y redacción escrita. Proponen consejos para estudiantes y aprendices con pretensiones de consagrarse como recetas simples y fáciles de aplicar. Esta matriz relega a la reflexión y el análisis de fenómenos mayores

en los que se inscribe la práctica periodística aunque son de suma utilidad para sistematizar las técnicas propias del hacer periodístico. Es el caso de los llamados “manuales de estilo”, los manuales de periodismo y aquellos textos que focalizar su desarrollo en la descripción de determinados géneros.

Por otro lado, algunos autores avanzan hacia la relación de la práctica periodística con la construcción del presente. Pero el análisis no supera en estos casos el campo simbólico del hecho periodístico. Es decir, el campo de la materialidad, expresada en las relaciones económicas y políticas del medio, no es estudiado y, en la mayoría de los textos, ni siquiera enunciado.

Este es el caso *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente* de Lorenzo Gomis. En su trabajo, el autor le otorga rango de teoría a una serie de características del hecho periodístico:

- 1- Los medios forman cada día el presente social de referencia: Construyen la actualidad, es decir, establecen cuales son aquellos hechos de los que la ciudadanía hablará.
- 2- El pasado se cuenta como presente: Por más que se trate de hechos ya vividos y transcurridos, los medios titulan en tiempo presente sus noticias dotando a los hechos de inmediatez
- 3- El periodismo interpreta la realidad social: Para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella o modificarla. El periodismo puede entonces considerarse un método de interpretación sucesiva de la realidad. La realidad puede fragmentarse en periodos. Se intenta interpretar el actual. La realidad puede fragmentarse en unidades completas e independientes (hechos) capaces de interpretarse en forma de textos breves y autónomos (noticias) La realidad interpretada debe poder asimilarse en formas satisfactoria en tiempos distintos y variables por un público heterogéneo.
- 4- La noticia surge con el comentario: Noticia es la expresión periodística de un hecho capaz de interesar hasta el punto de suscitar comentarios. Pero un hecho que reúne tales condiciones no solo provocará comentarios, sino nuevos hechos. El hecho noticioso forma parte de un proceso que no termina con él. Por lo tanto noticia es la versión periodística de un hecho capaz de tener repercusiones.
- 5- Los interesados producen y suministran los hechos. El periodista, selecciona: Los hechos no se presentan solos a las manos del periodista. Los hechos a los que se dará forma de noticia han sido previamente escogidos por los interesados de que el hecho se

conozca. Por lo tanto, la regla general dice que el periodista no es aquel que sale en busca de las noticias, sino aquel que las selecciona.

6- ¿Cuándo un hecho es noticia?: Cuando haya sido captado con rapidez por el sistema de medios. Cuando atraiga el interés del público. Cuando repercute en nuevos hechos. (Gomis Lorenzo *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós, Mexico, 1991)

Las teorías descriptivas se centran, siguiendo a Miceli, Albertini y Giusti, en los procesos de selección y jerarquización de noticias. Pueden agruparse de acuerdo a tres modelos: la ortodoxia empírica tradicional, el nuevo periodismo y la pragmática crítica. La ortodoxia empírica del modelo anglosajón tradicional fue hegemónica durante más de un siglo en centros de estudio y formación hasta la década pasada.

Plantea que la labor periodística debería basarse en los hechos y mantenerse equidistante de los conflictos sociales. Prioriza determinados factores de noticiabilidad (actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, conflicto, suspense, emoción y consecuencias)

El nuevo periodismo surge en EE. UU.; desde los 60 cuestiona la supuesta neutralidad de la prensa tradicional. Sus exponentes señalan la necesidad de utilizar técnicas de ficción para contar el acontecer diario y postulan formulas de la literatura para reconstruir los datos de la realidad. Se sobrevaloran las emociones, sensaciones, pareceres e interpretaciones de los cronistas.

Proponen una doble ruptura respecto de la prensa tradicional: acerca de la relación del reportero con la gente y los acontecimientos reflejando nuevas actitudes y valores, y acerca de la forma y el estilo de la historia noticiosa que se ve transformada por mecanismos novelísticos.

Nuevo periodismo o literatura de la realidad o novela de no ficción engloban el mismo paradigma.

Los trabajos inscriptos en la pragmática crítica, nacidos y desarrollados desde la década del noventa, indican puntos válidos de las negociaciones entre los actores intervinientes en el proceso de selección y jerarquización de los materiales publicados.

Esta corriente adhiere a la base del modelo ya descrito. A pesar de los cambios y contradicciones, la labor periodística se sigue vertebrando en tres ejes básicos: el acontecimiento, la actualidad y el periodo.

A pesar de tomar la base de los textos escritos por periodistas, aportan una serie de observaciones:

- a- la información y la opinión son medios para alcanzar fines económicos (función comercial por encima de las funciones sociales de informar y formar)
- b- El espacio redaccional, diferenciado del publicitario, se decide mediante tres operaciones: 1- inclusión de información, 2- exclusión de información y 3- jerarquización de la información.

La selección responde a tres tipos de razones:

- 1- demanda de información del público,
- 2- el interés de un medio de dar a conocer determinados hechos
- 3- el propósito de distintos sectores de la sociedad de informar determinados hechos que sirven a sus intereses.

Un aporte de esta línea es entender a la noticia no ya como el relato de los hechos sino que son narraciones que no parten de hechos. Esto se ve en la tendencia de las noticias basadas en “no acontecimientos”

El recorrido por las tres perspectivas nos deja la siguiente conclusión:

- Las tres ponen en discusión aspectos complementarios y a veces contrapuestos en torno a las estrategias de construcción de las noticias
- Las tres identifican a periodistas y medios como actores exclusivos del proceso de valoración informativa
- Las tres ocultan las negociaciones entre las empresas de comunicación, sus trabajadores y los otros actores sociales que intervienen sistemáticamente en la construcción de noticias. Este punto es el que lleva a Miceli, Albertini y Giusti a elaborar priorizar en sus trabajos la equivalencia noticia = negociación política. . (Miceli, W. Albertini E. y Giusti E. ”Noticia = negociación política”, Oficios terrestres N. 6, La Plata, 1999)

Pero más allá de los aportes que pudieron realizarse desde las teorías descriptivas, el periodismo se definió limitadamente como la comunicación periódica de un hecho que acaba de ocurrir o descubrirse, o que tiene previsto suceder en un futuro más o menos próximo a un público masivo o especializado a través de los medios de comunicación. Este límite influyó en la enorme fragilidad expresada para entender a los medios de comunicación como productores y reproductores de ideología a partir de construcciones simbólicas.

2- INTENCIONALIDAD EDITORIAL

La Intencionalidad Editorial es una propuesta teórica y metodológica en desarrollo sobre la propia naturaleza del proceso periodístico. Apunta a proporcionar elementos de análisis para el estudio de los medios de comunicación, particularmente del periodismo, y su relación con la ideología, el poder, la propaganda y la hegemonía. Siguiendo la perspectiva de Denis Mc Quail, este aporte se inscribe en el enfoque marxista, en su variante de teoría de la hegemonía y desde una perspectiva holística. (Mac Quail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1983)

Esta delimitación teórica permite no circunscribirse al análisis de uno o varios de los elementos presentes en el proceso periodístico, sino abordar ese complejo entramado desde una visión totalizadora, dialéctica y entendiendo que ese enfoque global no resulta de la suma de determinados análisis particulares.

2.1 PREMISAS FILOSÓFICAS

Una serie de premisas epistémicas articulan conceptualmente los aportes preliminares hacia la elaboración de un marco teórico – metodológico que supere los vacíos encontrados en los cuerpos teóricos ya mencionados para analizar integralmente el hecho – proceso periodístico: la autonomía relativa del aparato cultural y las nociones de hegemonía, ideología y sentido común.

Las instituciones mediáticas, como parte importante del aparato cultural, son herramientas (relativamente autónomas) de transmisión de los valores de la ideología de los grupos dominantes, lo que permitirá a estos sectores obtener el consenso necesario para ejercer su liderazgo y autoridad. La hegemonía naturaliza una ideología de clase y la transforma en sentido común.

Lo anterior, remite a un marco claramente definido en la delimitación de las premisas filosóficas que se adoptan en el estudio de la Intencionalidad Editorial el marxismo gramsciano.

2.2 LA NATURALEZA DEL PROCESO PERIODÍSTICO

Lamentablemente, muchos de los mejores lectores y estudiosos del pensamiento del marxista italiano muerto en las cárceles de Mussolini, Antonio Gramsci, fueron o son intelectuales orgánicos del bloque de poder, financiados por esa unidad inexpugnable que existe entre los centros universitarios y las grandes corporaciones estadounidenses. Son ellos los que mejor comprendieron el concepto de independencia relativa del campo superestructural, en el que debe ubicarse al discurso periodístico. Es a partir de ese punto de inflexión que debe entenderse el por qué de las fuertes inversiones del sector corporativo financiero e industrial en el terreno de los medios de comunicación.

A esta altura del análisis es imprescindible recordar, más admitir que revelar, dos hechos que forman parte objetiva del fenómeno periodístico.

Todo hecho periodístico pertenece al escenario del debate y de la puja en torno al poder, porque lo defiende, lo avala, lo sustenta o lo justifica, o porque lo cuestiona y hasta trabaja para su destrucción, para su reemplazo o para su modificación sustancial.

¿En qué marco podemos reconocer que la práctica periodística pertenece al terreno de la disputa por el poder y del poder?

En el ámbito de la propaganda. Teniendo en cuenta el proceso histórico comprendido dentro del siglo XX y las construcciones teóricas y multidisciplinarias desarrolladas en idéntico período hay que destacar aquí la vigencia, en términos generales, de los análisis aportados por Lenin sobre la naturaleza, el rol y la organización de la prensa y la propaganda revolucionarias, de extrema vigencia a la hora de tratar el punto que nos ocupa.

El discurso académico y periodístico del bloque de poder -expresado por los grandes medios corporativos y los grandes centros de estudios, especialmente estadounidenses, con sus "thinks tanks" y sus usinas de "papers"- lo negarán y se horrorizarán pero el periodismo forma parte del concepto genérico de propaganda, es una especie particular de propaganda, que se especifica y se define por una metodología y un conjunto de técnicas propias. Esa especificidad del hecho periodístico, que lo distingue del resto de los mensajes que pertenecen al ámbito de la propaganda es su Objetividad, entendida esta como inexcusable referencia al hecho objetivo, revelado por la fuente.

Podríamos decir entonces que el periodismo es propaganda objetiva, basada en hechos susceptibles de ser constatados y confirmados en su objetualidad y veracidad por las llamadas fuentes, sean éstas directas, indirectas, testimoniales o documentales. (Ego Ducrot Víctor "Intencionalidad editorial. Una síntesis introductoria hacia una

metodología propia para el análisis del discurso periodístico”. Revista Question N° 6. La Plata)

En este mismo apartado de nuestro trabajo también debemos romper el mito del llamado "periodismo independiente". Se trata de un fenómeno inexistente, que es materialmente imposible si se acepta al hecho periodístico como especie del género propaganda, que se desarrolla en torno a los múltiples aspectos en que se expresa la puja por el poder.

2.3 UNA MIRADA DIALÉCTICA

Fue Jorge Ricardo Masetti, fundador y primer director de la Agencia Prensa Latina (PL) quien a principios de la década del sesenta y en el marco de los originales aportes hechos por la Revolución Cubana al periodismo de nuestra región, comenzó a acercarse al corazón de nuestro debate. En varias de sus intervenciones y escritos de la época sostuvo que el periodista no puede ser imparcial, que siempre, lo quiera o no lo quiera, lo sepa o no lo sepa, el periodista toma partido, se identifica con una de los elementos de la ecuación, social, económica o política que caracterizan a determinado escenario informativo.

Numerosos textos se ocupan de sistematizar la relación del periodista con el mundo que lo rodea en clave dicotómica: objetividad – subjetividad.

En realidad, la dicotomía Objetividad-Subjetividad (1) no sólo es insuficiente sino que es errónea. La naturaleza del hecho periodístico surge de la relación dialéctica que existe entre (1) y la dicotomía entre Parcialidad e Imparcialidad (2). (Ego Ducrot Víctor “Intencionalidad editorial. Una síntesis introductoria hacia una metodología propia para el análisis del discurso periodístico”. Revista Question N° 6. La Plata)

Asimismo, esa resolución dialéctica encierra el principio de autonomía metodológica necesario para llevar adelante el análisis del discurso periodístico con herramientas propias, es decir pertenecientes al dominio de la teoría y la práctica periodística con independencia del marco teórico propuesto por la semiología (análisis del discurso).

Como yo lo adelantáramos al tratar el fenómeno periodístico como componente específico del género propaganda, el discurso de nuestra práctica no tiene otra alternativa que ser Objetivo, en el sentido de referencia es decir basado en hechos susceptibles de ser confirmados y constatados a través de fuentes directas o indirectas,

testimoniales o documentales. El "periodismo subjetivo" simplemente no es periodismo, pertenece a la propaganda en sentido amplio.

Así como la Objetividad es un componente del hecho periodístico, el mismo necesariamente será Parcial, como lo es toda actividad humana desde el punto de vista cultural antropológico, y entendida esa Parcialidad no como aceptación de una parte en detrimento del todo sino como asunción de una posición propia del periodista y-o del medio ante el complejo y multifacético entramado de hechos sobre los que trabaja la práctica periodística.

En consecuencia sostenemos que el hecho periodístico debe ser necesariamente Objetivo y es necesariamente Parcial.

¿Por qué entonces tanta polémica infructuosa y tanta falta de claridad? Porque, como vimos, el periodismo y la práctica periodística forman parte de la puja por el poder, ya sea para construirlo o defenderlo, ya sea para modificarlo en su tipo o naturaleza.

En esa dialéctica se apoya el discurso periodístico del bloque de poder para incurrir entonces en un "error" deliberado -en un alejamiento de concepto de Objetividad respecto de su necesaria referencia a hechos comprobables-, al convertir su Parcialidad en Objetividad. Dicho de otro modo, al convertir su propia Parcialidad (discurso de clase o de grupo) en Objetividad (en discurso universal).

¿Por qué ese ocultamiento conceptual deliberado?

Porque la experiencia histórica del discurso como disciplinador social y herramienta de construcción y conservación de poder demuestra que la efectividad del mismo depende de su convalidación como discurso universal.

A los efectos didácticos recurramos a dos ejemplos de la historia universal.

Para que la humanidad no tuviera dudas acerca de la inmoralidad de la esclavitud fue necesario que ese principio dejara de ser una necesidad para la instalación de un nuevo sistema económico basado en una mayor productividad del trabajo humano y se convirtiera en una necesidad o valor de universalidad indiscutible.

Para su triunfo e imposición, los principios de libertad, igualdad y fraternidad debieron dejar de ser requerimientos de las burguesías europeas en ascenso durante los siglos XVII y XVIII para convertirse en valores también de carácter universal.

La Parcialidad transformada en Objetividad del discurso del poder permite que el lenguaje encubra las necesidades históricas de ese mismo bloque, a tal punto que, por ejemplo, ningún dirigente político latinoamericano de nuestro tiempo se atrevería a

reconocer en forma expresa un programa contrario a la libertad, a la igualdad y a la fraternidad, a la vez que la mayoría de ellos han desarrollado programas que condujeron a la pobreza extrema al 70 por ciento de la población del subcontinente, según lo reconocen mediaciones de Naciones Unidas (ONU).

Para constatar lo que acabamos de afirmar y comprobar cómo la prensa del bloque de poder transforma su propia Parcialidad en Objetividad, sugerimos una lectura detenida de las coberturas periodísticas realizadas por los diarios estadounidenses The New York Times y Washington Post sobre la invasión Irak y los motivos esgrimidos por el presidente George Bush para llevar adelante esa iniciativa, y la efectuada durante el año 2004 por el periódico argentino La Nación sobre las negociaciones gubernamentales en torno a la deuda externa en cesación de pagos que afecta a este país. Todo ese material se encuentra en las versiones electrónicas de los mencionados medios de prensa.

Los emisores del discurso de poder saben, con sentido estratégico, que si se derrumba la mitificación que acabamos de desarticular -es decir, si reconocen que la Objetividad de la que hablan no es otra cosa que simple Parcialidad propia-, entonces ese discurso perdería eficacia como ordenador y disciplinador social.

2.4 PROPUESTA METODOLÓGICA

El desafío a la hora del análisis del discurso periodístico desde un marco teórico e instrumental propio consiste en develar cuál es la Intencionalidad Editorial de ese discurso, entendiendo a esta última categoría (Intencionalidad Editorial) como el conjunto de informaciones y de reflexiones, fundadas, constatables y confirmables, según fuentes, que a su vez permiten descubrir qué discurso de clase o de grupo se esconde detrás del discurso con pretensiones de validez universal. Es decir cual es la Parcialidad transformada en Objetividad

Debe notarse también que esta metodología de trabajo apela a los recursos técnicos y profesionales propios del periodismo, ya que el "descubrimiento" de la Intencionalidad Editorial exige de una investigación periodística.

También, y antes de ingresar en el terreno de una posible preceptiva para la investigación de la Intencionalidad Editorial de un determinado discurso periodístico, es necesario explicar que la Parcialidad puede y debe ser construida respetando la Objetividad en el sentido de remisión a los hechos según fuentes, a partir de la

conformación de la agenda informativa, a partir del enfoque de los temas de esa agenda y a partir de los puntos de vista de la misma.

Por ejemplo. En ocasión de los episodios represivos ocurridos en Buenos Aires a mediados del año 2002, en los que dos militantes del movimiento de desocupados fueron asesinados por efectivos policiales, según se comprobó a través de fuentes testimoniales y documentales, el diario Clarín, de esta ciudad, publicó en portada un título con tipografía resaltada que decía: "la crisis provocó dos muertes". Clarín optó por su propia Parcialidad y la cubrió de Objetividad (en sentido de transformación del discurso de clase en discurso universal) al elegir las fuentes, los puntos de vista (la policía), al elegir el enfoque (esas muertes fueron consecuencia en un sentido vago de los hechos en los que desembocó la crisis social argentina y no de los disparos concretos efectuados por sujetos concretos).

Cuando esa Parcialidad se construye por fuera de los hechos y sus fuentes -situación en la que los medios del bloque de poder incurren con frecuencia- ya no estamos ante la construcción de una Parcialidad determinada, sino frente a una vulgar tergiversación y falsedad informativa, punto que no forma parte del objeto específico de este trabajo.

A priori, y sin desconocer que el debate en torno a las definiciones aportadas en este texto podrá enriquecer los contenidos de las mismas y la enumeración de recomendaciones para llevar a la práctica esa búsqueda de la Intencionalidad Editorial, proponemos la siguiente preceptiva de trabajo.

Para "descubrir" la Parcialidad con pretensiones o en acto de Objetividad (el discurso de clase o grupo transformado en discurso universal), es decir la Intencionalidad Editorial hay que investigar, entre otros, sobre los siguientes puntos:

Pertenencia corporativa del medio en cuestión. El entramado de su estructura societaria y de su ingeniería financiera.

Relaciones del medio con el medio cultural, económico, social y político, tanto local como internacional.

Antecedentes históricos del medio en cuestión, tanto desde el punto de vista de su propia conformación como desde su posicionamiento ante hechos informativos de trascendencia. Por ejemplo, para entender la verdadera profundidad del discurso periodístico del diario La Nación, de Buenos Aires, a favor del golpe de Estado de 1976 es necesario conocer, desde el contexto histórico, cuáles fueron las características de sus discursos periodísticos ante episodios similares, tanto en Argentina como en otros

países de la región y cuál el desarrollado en torno a las principales referencias políticas en cada uno de esos casos (por ejemplo la política de Estados Unidos).

Características de las fuentes utilizadas. Comportamiento histórico y contextualizado de las mismas.

Comportamiento histórico y contextualizado del autor concreto de la pieza o de las piezas periodísticas sometidas a análisis.

BIBLIOGRAFÍA

Ego Ducrot Víctor “Intencionalidad editorial. Una síntesis introductoria hacia una metodología propia para el análisis del discurso periodístico”. Revista Question N° 6. La Plata

Gomis Lorenzo *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós, Mexico, 1991

Lenin, V. I. *Acerca de la prensa y la literatura*. Anteo, Buenos Aires 1985.

Martíni, Stella *Periodismo, noticia y noticiabilidad* Norma, Buenos Aires, 2000

Mac Quail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1983

Miceli, W. Albertini E. y Giusti E.”Noticia = negociación política”, Oficios terrestres N. 6, La Plata, 1999

Portelli, H. *Gramsci y el bloque histórico*. Siglo XXI, México D.F., 1998.

Williams, R. *Cultura y sociedad*. Nueva visión. Buenos Aires. 2001