

PASCUAL SERRANO

**CONTRA
LA NEUTRALIDAD**

Tras los pasos de John Reed,
Ryszard Kapuściński, Rodolfo Walsh,
Edgar Snow y Robert Capa

Índice

- Portada
- Agradecimientos
- I. El periodismo necesita corazón
- II. John Reed, el cronista épico
- III. Ryszard Kapuściński, la voz de los sencillos
- IV. Rodolfo Walsh, realidad que supera a la ficción
- V. Edgar Snow, el hombre que descubrió Asia a Occidente
- VI. Robert Capa, la humanidad fotografiada
- VII. El periodismo que viene
- Notas
- Créditos

Te damos las gracias por adquirir este EBOOK

Visita Planetadelibros.com y descubre una nueva forma de disfrutar de la lectura

¡Regístrate y accede a contenidos exclusivos!

Próximos lanzamientos
Clubs de lectura con autores
Concursos y promociones
Áreas temáticas
Presentaciones de libros
Noticias destacadas

Comparte tu opinión en la ficha del libro
y en nuestras redes sociales:



Explora Descubre Comparte

AGRADECIMIENTOS

Aunque aparezca yo como autor, este libro es idea de Micol Savia, quien comprendió que era necesario buscar referentes positivos en un mundo asolado por la injusticia y el mal periodismo. Su ayuda y apoyo han sido constantes a lo largo de todo el proceso de preparación de este trabajo.

Y como es habitual en todas mis obras, mi agradecimiento a Caty R. que revisa todos mis textos, los limpia, hace brillar y les da esplendor.

No olvido a mi editor, Manuel Fernández-Cuesta, que con su confianza y apoyo demuestra que también está contra la neutralidad.

I

EL PERIODISMO NECESITA CORAZÓN

Odio a los indiferentes. Creo que vivir quiere decir tomar partido. Quien verdaderamente vive, no debe dejar de ser ciudadano y partisano. La indiferencia y la abulia son parasitismo, son bellaquería, no vida. Por eso odio a los indiferentes.

ANTONIO GRAMSCI

En los últimos tiempos el debate sobre el periodismo se limita a discutir sobre el formato y la presentación. «Sustituyen el problema del contenido por la cuestión de la forma, colocan la técnica en lugar de la filosofía. Solo hablan de cómo redactar, cómo almacenar, cómo transmitir algo. Pero qué redactar, qué almacenar y qué transmitir, de eso ni una palabra. El punto débil de estas manifestaciones radica en que a través de ellas, en lugar de discusiones sobre el contenido, el espíritu y el sentido de las cosas, no nos enteramos más que de los nuevos y deslumbrantes avances técnicos conseguidos en el terreno de la comunicación».¹ Así lo percibía Ryszard Kapuściński hace casi diez años y ahora esa sensación es mucho más evidente.

El periodista español Iñaki Gabilondo ha señalado que «conviene no caer en esa suerte de fascinación por los artificios, que convierte en nulo el actual debate sobre el periodismo. Cuando alguien propone discutir sobre el futuro del periodismo, se acaba hablando únicamente de empresas periodísticas o de cacharritos. ¿A eso llaman debatir so-

bre el futuro del periodismo? A disertar sobre cómo serán las empresas del futuro, no se contempla en ningún momento qué y cómo hay que contar, y a quién hay que contar. Los periódicos, las radios y la televisión hace mucho que no se preocupan de saber qué tienen que contar. Curiosamente, solo se preocupan de contar cuántos lectores y cuántos espectadores tienen. He aquí lo único que les importa: lectores, oyentes, televidentes. Pero la discusión sobre lo que debe ser explicado ha desaparecido de cualquier debate sobre el periodismo presente o futuro. Aún está demasiado virgen el territorio de la reflexión acerca de la responsabilidad social del periodista».²

En nuestro trabajo queremos viajar a las antípodas de esa forma de entender el periodismo, vamos a presentar la profesión como una discusión sobre los contenidos, los valores, el compromiso del periodista con su tiempo, su implicación en los conflictos sociales, su decisión de explicar el mundo, el valor para denunciar lo que considera miserable y alinearse con lo que admira.

DICEN QUE SON NEUTRALES

Hubo un tiempo, allá en el siglo XIX, en el que el periodismo y los periódicos eran, básicamente, pasquines de lucha y combate político. Los periódicos, la radio, la televisión en sus inicios, eran instrumentos de diversos partidos y fuerzas políticas en lucha por sus propios intereses. Así por ejemplo, en Francia, Alemania o Italia, todos los partidos e instituciones relevantes tenían su propia prensa. La información, para esa prensa, no era la búsqueda de la verdad, sino ganar espacio y vencer al enemigo particular. Ese modelo puede ser saludable para la libertad de expresión y el debate de las ideas, pero nadie lo defenderá como el más idóneo para el conocimiento de los hechos. Pero aquello ya forma parte del pasado, y se podría decir que hoy estamos

en el polo opuesto. El principal argumento que esgrimen los directivos de los medios de comunicación y los popes de la prensa es que ofrecen información neutral y equilibrada. Sus banderas, dicen, son la objetividad y la imparcialidad. El presidente del grupo editorial Bertelsmann, Thomas Middelhoff, afirmó: «No somos de izquierdas ni de derechas, tampoco alemanes ni norteamericanos; intentamos ser eficaces».³ Curiosa afirmación procedente del principal directivo de un imperio editorial y mediático fundado sobre la publicación de biblias y canciones religiosas. Un grupo que colaboró con el régimen nacionalsocialista alemán publicando a autores nazis como Will Vesper, quien hizo el discurso conmemorativo en la quema de libros de 1933, o Hans Grimm. Bertelsmann editó más de 20 millones de libros y folletos (material de propaganda) en su fructífera etapa editorial durante el gobierno de Hitler.⁴

El diario estadounidense *The Washington Post* entregó una guía a los periodistas de su plantilla en la que les advertía de cómo tenían que comportarse en redes sociales como Facebook o Twitter.⁵ Una de las medidas era que, con objeto de «no poner en duda» con sus opiniones «la imparcialidad» de las noticias del periódico, no debían escribir o subir ninguna imagen que pudiera sugerir que tenían algún prejuicio político, racista, de género o religioso. Sin duda el prejuicio racista o de género es indeseable, pero prejuicio político quiere decir tener alguna ideología; así que se trataba de prohibir a su personal, incluso en su ámbito privado, expresarse o posicionarse políticamente. No es que proscibieran una determinada ideología, sino que se las prohibían todas a sus trabajadores para aparentar una neutralidad, de modo que el periódico se pueda presentar como imparcial. Así, los profesionales de izquierdas nunca podrán expresar sus ideas políticas, ni dentro ni fuera del periódico, y los de derechas deberán disimularlas para que el diario siempre pueda hacernos creer que es neutral.

Si observamos la denominación que se dan a sí mismos los medios de comunicación, encontramos entre los periódicos cabeceras con nombres asépticos y virginales como *El País*, *ABC*, *El Mundo*, *La Nación*, *Informaciones*, *El Tiempo*, *El Universal*, *El Nacional*... En el caso de las televisiones son frecuentes las denominaciones numéricas que evocan la infalibilidad y neutralidad de las matemáticas.

El culto a la objetividad provoca que los reporteros que presencian tragedias y sufrimientos cuyos responsables están perfectamente identificados vean que sus crónicas terminan llegando al público descafeinadas y desteñidas tras atravesar los filtros de los jefes de redacción y los directivos de despacho. La objetividad se ha convertido en elemento de culto para evitar enfrentarse a verdades desagradables o disgustar a una estructura de poder de la que dependen los medios de información para obtener beneficios o incluso sobrevivir. Ese culto transforma a los reporteros en observadores neutrales o voyeurs. Si trabajan en televisión prácticamente se han convertido en webcams que no expresan nada, y si escriben se dedican a transmitir fríamente datos y números que no ayudan a comprender los acontecimientos. El periodismo actual destierra la empatía, la pasión y el afán de justicia. A los reporteros se les permite mirar, pero no sentir, ni hablar con su propia voz. Actúan como «profesionales asépticos» y se consideran científicos sociales desapasionados y desinteresados. Este libro nace con la pretensión de combatir este formato y conocer la vida, trayectoria y pasión de cinco periodistas que representan las antípodas del periodismo que intentan proponernos hoy.

LA SIMPLIFICACIÓN

A la explotación del discurso de la neutralidad hay que sumar la simplificación y la frivolidad. Iñaki Gabilondo expresa su preocupación en este sentido: «las cosas me parecen cada vez más complejas, más llenas de matices, y la paradoja es que hay que contarlas de una manera más rápida, más corta, más impactante». ⁶ Gabilondo señala que hoy el periodista no puede narrar la complejidad:

[...] la sensación es que nos apropiamos de un hecho, lo frivolisamos, sacamos 5 millones de copias y lo repartimos a 5 millones de personas, y ese proceso me produce un extraño frío en la médula espinal. ⁷

En opinión de uno de los periodistas más prestigiosos de la actualidad, el británico Robert Fisk, uno de los problemas principales del periodismo, particularmente de la información diaria, es el hecho de que empezamos a ver a todos los personajes como si viéramos una obra de teatro o una película, en la que suceda lo que suceda, el show debe continuar. ⁸ El caso de la televisión preocupaba a Ryszard Kapuściński. En sus comentarios de hace diez años sobre la televisión estadounidense es muy fácil ver el reflejo de nuestra televisión actual:

La televisión de aquí: un mejunje ligero y alegre. Se cuentan chistes, se entregan premios, todos se elogian mutuamente. Los presentadores, siempre sonrientes. Cuando hablan de la guerra en el golfo Pérsico y de la amenaza de exterminio nuclear, también sonríen. Todo está convertido en una papilla fácil de digerir y baja en calorías, en un placebo inocuo. Aquí, la historia no tiene garras ni cadenas, no enferma de rabia ni muestra manos manchadas de sangre. Se reduce a saltar —incesante, vertiginosa y apabullantemente— de un tema a otro, cuando la noticia del nacimiento de una pantera pequeña en un zoo californiano sucede a una breve relación del entierro de tres norteamericanos asesinados en Karachi, y luego, de repente, aparece un panel con los resultados de la última ronda de la liga de baloncesto que se juega en Arizona; todo esto, este *mish-mash* galopante y neurótico, este tumulto, caos, tropel de imágenes, este embrollo carnavalesco y multicolor de signos, palabras y

luces debe servir precisamente a lo que constituye el fin y el sentido del carnaval, a saber: que nada es sino máscara, que lo que vemos no son más que máscaras, que es un mundo real pero al mismo tiempo no; en todo caso, que es un mundo que no entraña amenaza alguna para nosotros, que es un lugar de juego de las apariencias y en el cual lo *sacrum* y lo *profanum*, al girar constantemente sobre sus ejes, no cesan de intercambiar papeles, signos y lugares.⁹

La frivolidad se revela en todo su absurdo esplendor cuando logramos verla desde una cierta perspectiva y distancia. Hace unos años, con motivo de la celebración de unas jornadas sobre Cultura en La Paz, a algunos asistentes nos invitaron a un magazín de una televisión privada boliviana. Moderados en la tertulia por el presentador prototipo de la televisión basura habitual, al final nos pidió a cada uno de nosotros que comparáramos la bebida que estábamos tomando con un país. La mayoría intentaba responder como buenamente podía a la estupidez y, al llegar al viceministro de Cultura cubano, con una lógica y una sencillez aplastantes, se limitó a decir que no entendía el sentido ni el fundamento de la pregunta. En otras palabras, le insinuó lo que debía habernos parecido claro a todos: que la soberana majadería de aprovechar la presencia de tres altos cargos culturales y otros tantos escritores venidos desde miles de kilómetros para pedirles que compararan el líquido de su vaso con una nación era un ejemplo de lo que se ha convertido la televisión. Con todos sus defectos, la televisión cubana no se enmarca en la corriente de frivolidad dominante en los países con economía de mercado, por eso el viceministro fue quien reaccionó de forma de forma más sorprendente —y más sensata— a la necesidad del presentador. El formato audiovisual dominante ha hecho mucho daño al periodismo elaborado, complejo, interpretativo:

[...] no puedo evitar horrorizarme al comprobar que una reunión de los ministros de Economía de China y Estados Unidos no se convierta en noticias en un telediario. Sin embargo, si llegan las imágenes de un gatito que cae al agua por una rampa azul marino ante el

aplauzo del público, consideran que gustará a toda la audiencia. Es un fenómeno terrible que genera la fabricación de telediarios donde el relato de lo que hoy ocurre se limita a dos breves más diecisiete sucesos de un incendio, alguna curiosidad y la historia del gato.

[...] El lema *lo estás viendo, está pasando*, constituye una de las trampas de la actual sociedad, que en la miopía de la televisión postula: «¿Ves cómo llueve? ¿Qué más directamente puede ofrecerse para que entiendas la realidad que el hecho de que tú mismo veas la lluvia?». ¹⁰

Kapuściński recordaba que la televisión estadounidense lograba atraparle y conseguir que estuviera dos horas seguida viéndola. Sin embargo, después se daba cuenta de que su conocimiento del mundo era exactamente el mismo que antes de dedicar las dos horas a la televisión. El resultado es que, cada vez más, los ciudadanos no consideran la televisión una vía de información, sino de juego o diversión. La instalan en los bares para que echemos un vistazo mientras tomamos una cerveza, nos quedamos dormidos frente a ella después de cenar. Cada vez en más familias son los niños los que tienen el control del mando distancia, un derecho que les han otorgado los adultos convencidos de que no se pierden nada renunciando a elegir la cadena. «A nadie se le pasa por la cabeza esperar de la televisión algo serio, que este medio eduque, informe o explique el mundo, como no esperamos ninguna de estas cosas cuando vamos al circo». ¹¹

En cuanto a la información política, el día a día se cubre recreándose en debates en torno a cuestiones irrelevantes o reyertas superficiales. No se aborda, por ejemplo, la discusión compleja y profunda de un proyecto de ley que se esté aprobando, sino el rifirrafe político tras unas declaraciones anecdóticas o la peripecia de un cargo político. Se parece más al seguimiento de una telenovela que a la profundización en un asunto político de interés general. De las cuestiones trascendentales se debaten los flecos irrelevantes.

tes desplazando los verdaderos elementos importantes. Si mediante una acción militar Estados Unidos viola la soberanía de un país y ejecuta a una persona desarmada —por muy terrorista que sea— delante de su familia, la discusión en los medios es si se deben difundir las fotografías o no. La noticia en una intervención parlamentaria es que el diputado tropezó al subir al estrado o soltó un exabrupto en su discurso. La noticia siguiente será la rabotada de respuesta del político oponente, pero no el verdadero contenido político de la cuestión. Si decenas de ciudadanos preguntan a un presidente del gobierno en directo en la televisión pública, la prensa del día siguiente se interesará por la pregunta de cuánto cuesta un café. Sin duda algo de responsabilidad tienen las audiencias occidentales, excesivamente apáticas y entregadas al individualismo, al consumismo y con una visión localista de la actualidad. Pero también desde los centros del poder informativo se trabaja para consolidar el dominio de la superficialidad y la simpleza en los mensajes informativos.

NO EXISTE LA OBJETIVIDAD

Pero volvamos a la cuestión de la neutralidad. Hoy la ciudadanía se molesta ante cualquier intento de dirigismo político e ideológico. Los medios lo saben y por eso su estrategia actual consiste en explotar al máximo su consideración de objetivos y explorar métodos cada vez más sofisticados para deslizar ideología bajo apariencia de hechos neutrales. De este modo, los nuevos profesionales tienen pánico a insinuar un mínimo de posicionamiento ante cualquier acontecimiento. O lo que es peor, reproducen las líneas informativas y editoriales señaladas por sus superiores y las agencias para no ser marcados ideológicamente. Así creen ser neutrales, pero no lo son, simplemente se convierten en operarios despersonalizados y desideologizados que aban-

donan cualquier iniciativa y principios. Recuerdo una anécdota durante mi periodo de trabajo en un periódico madrileño a principios de la década de 1990. En aquella época existía un duro debate municipal sobre la decisión del Ayuntamiento de Madrid de instalar un bordillo para el carril bus que impidiera que lo utilizaran los coches privados. El gobierno socialista en el poder lo había instalado y la derecha estaba en campaña contra la iniciativa. El director del periódico llegó a la zona de la redacción donde se encontraba la sección de Local y pidió al equipo en voz alta un editorial sobre el asunto. En ese momento, un periodista preguntó «¿A favor o en contra?». A nadie le llamó la atención la pregunta, la consideraron normal. En cambio a mí me pareció un ejemplo de la pérdida de ideología a la que se somete al periodista, o mejor dicho, al enterramiento de su propia ideología para poner su capacidad al servicio de la ideología de la empresa informativa.

Viví otra anécdota durante mi participación en una mesa redonda sobre fotoperiodismo en Barcelona. Mi intervención consistió en la presentación de algunos ejemplos de fotografías de prensa que se habían publicado con un pie de foto erróneo o a las que se les había recortado parte de la imagen. No se trataba de errores técnicos, todos se habían hecho con una clara intencionalidad de engaño y tergiversación. Los fotoperiodistas que se encontraban en el público me apuntaron que en esos ejemplos el fotógrafo no era quien había manipulado, las fotos que ellos hicieron representaban realidades y sería después, en la redacción, donde se manipularon. Efectivamente era verdad, pero yo añadí que, mientras en internet algunos habíamos difundido nuestra denuncia y señalado en qué consistió la tergiversación, no me constaba que el fotógrafo hubiera hecho público su repudio al modo de actuar del medio. Los fotoperiodistas se dedicaron entonces a explicar que eso hubiera supuesto poner en peligro su puesto de trabajo, algo muy arriesgado en unos momentos en que encontrar traba-

jo no es fácil y las personas tienen muchos compromisos y obligaciones económicas (hipotecas, niños que mantener, etc.).

En ambos casos citados los profesionales se consideraban neutrales e imparciales, incluso cuando escribían el editorial, puesto que para ellos se trataba solo de una labor mecánica, algo así como el cumplimiento de órdenes, la obediencia debida del militar. El protagonista de *El verdugo*, la película de Luis García Berlanga, no estaba a favor ni en contra de la pena de muerte, se limitaba a cumplir su trabajo para dar de comer a su familia.

No existen la imparcialidad y la objetividad, como no existen los apolíticos o los que afirman defender propuestas o proyectos para el bien de todos. Si las propuestas políticas y sociales no son neutrales ni buenas para todas las personas y todos los intereses, tampoco las informaciones pueden serlo. Si un político reparte la tierra de cultivo atenta contra el que tiene grandes latifundios. Si destina los recursos sanitarios a todos los ciudadanos, habrá que repartir las camas hospitalarias y disminuirá el número de médicos y recursos destinados exclusivamente a la élite. Y si se incrementa el nivel educativo de todos los habitantes, se acabará con la superioridad académica de una minoría que le permite embaucar o engañar a los iletrados. El ejemplo más evidente es el inevitable proceso de selección de las noticias: a la redacción de un periódico pueden llegar cada día cuatro mil informaciones procedentes de corresponsales, enviados, agencias, grupos de interés, filtraciones, etc. Dejarlas reducidas a unas pocas decenas supone aplicar un evidente criterio de subjetividad. Cuando un periódico selecciona como noticia principal de portada la concesión de un óscar en Hollywood o la publicación del informe anual de una organización de derechos humanos, está tomando una posición editorial determinada. Incluso tras la publica-

ción de informe anual, según se destaque como noticia el capítulo de Cuba o el de Colombia, se estará adoptando un posicionamiento ideológico.¹²

EQUIDISTANCIA

Otro pilar en el que se fundamenta el mito actual de la ética periodística es de la equidistancia. Se defiende con el argumento de la necesidad de presentar todas las versiones de un hecho y todas las posiciones ante un acontecimiento. La tópica idea de que, ante un determinado hecho, para realizar una labor exquisita de periodismo objetivo hay que informar de lo que dicen ambos bandos debilita el verdadero periodismo. No es cierto que la verdad se sitúe a mitad de camino de dos puntos de vista contrapuestos. El periodista británico Robert Fisk recogía este ejemplo de hasta dónde puede llegar esa hipócrita equidistancia en las distintas informaciones de dos agencias con respecto al genocidio de los armenios:¹³

hostilidad que proviene de las matanzas de armenios por parte de los turcos otomanos en la Primera Guerra Mundial. Armenia dice que fue un genocidio, mientras que los turcos rechazan ese término. (Reuters)¹⁴

Armenia y muchos historiadores dicen que los turcos otomanos perpetraron un genocidio contra los armenios durante el siglo pasado, si bien los turcos niegan dicha acusación. (AP)¹⁵

Indignado ante ese tratamiento informativo que pretende hacer un periodismo equidistante renunciando a informar de la realidad, Fisk afirma:

¿Se imaginan las protestas si Reuters se refiriese a las masacres de judíos por parte de los alemanes con las siguientes palabras?: «Los judíos dicen que fue un genocidio, mientras que los alemanes de derechas y los neonazis rechazan dicho término». O si AP informara