

El Periodista se Hace en la Universidad

José Miguel Riveros G.

Universidad Andrés Bello

INTRODUCCIÓN

Durante buena parte del siglo XX, el periodismo se caracterizaba por ser, esencialmente, una actividad práctica. Quienes sustentaban tal postura desdeñaban la teoría. La estimaban innecesaria, porque el periodista “nace, no se hace”.

Esa vieja discusión cobró fuerza cuando la Universidad de Chile instaló la primera Escuela de Periodismo, a comienzos de los años 50. Pero, la necesidad de formar en un centro de estudios superiores a los periodistas chilenos era ya un caro anhelo de algunos esclarecidos espíritus de las postrimerías del siglo XIX y testimonios de tales propósitos es dable hallarlos en las páginas de los diarios y periódicos de entonces.

En los años anteriores a la instauración del Periodismo como carrera universitaria, los medios de comunicación (diarios, revistas, radios y, posteriormente, canales de televisión) se nutrían de personal recurriendo a los jóvenes que, premunidos de mucho entusiasmo y, en algunos casos, de estudios superiores, preferentemente de Derecho, se aparecían por las redacciones y exteriorizaban su interés por el quehacer periodístico. En los talleres y en las redacciones aprendieron a dominar una actividad, primero tenida como oficio, pero que, con el correr de los años, adquirió el rango de profesión y el periodista autodidacto empezó a permanecer en el pasado.

Cuando los periodistas universitarios principiaron a insertarse en los medios de comunicación se les acogió, generalmente, sin mayores resquemores, pues se comprendió que los tiempos habían empezado a experimentar cambios radicales.

En el último cuarto del siglo XX, el interés por los medios de comunicación adquirió una enorme importancia. Esa relevancia se la aprecia en estrecha consonancia con las características de las sociedades del presente. “En ellas, de una forma cada vez más acentuada, la tarea de las comunicaciones y de la información es considerada como clave del presente y del futuro. Para bien o para mal las comunicaciones constituyen el sector económico más importante y de mayor crecimiento en la economía mundial, son el campo que genera mayor dinamismo social y, por sobre todo, emergen como el gran agente de cambio que cruza todas las actividades y las estructuras de la sociedad humana, haciendo de ellas cada vez más una «sociedad de la información»”¹.

Es necesario recalcar que nos encontramos en pleno proceso de transformación. Por esa misma causa, resulta en extremo difícil determinar aspectos tales como las características futuras de esa “sociedad de la información”. Existe, también, una

¹ Historia y Medios de Comunicación. **EL MERCURIO**, Santiago, Chile, 22 de marzo de 1998. P. E23.

incertidumbre acerca de los medios y las tecnologías de la información que dominarán el escenario de la futura vida cotidiana².

Los adelantos en las comunicaciones han sido prodigiosos, al punto de que se habla de la “revolución de las comunicaciones”. Los medios electrónicos masivos generaron las condiciones que condujeron a esa revolución.

“Uno de los componentes centrales de esta transformación tiene que ver con la incorporación de la tecnología digital, que rompe definitivamente con las tradicionales fronteras que hace no mucho definían la especificidad de cada medio. En ese sentido, el cambio del sistema comunicacional no sólo tiene que ver con la convergencia de industrias que hasta ayer rodaban separadas -como era el caso de los medios de comunicación masivos, de las telecomunicaciones y de la propia informática-, sino que también emerge como un proceso que está llamado a cambiar el paisaje cotidiano del hogar, en donde las prácticas de consumo medial -sea en el caso del teléfono, de la radio, del televisor y del computador- se tornarán cada vez más indiferenciadas”³.

Ahora, las distancias no impiden las comunicaciones ni limitan su velocidad. Sin embargo, lo más sobresaliente es la cantidad de la información transmitida. Así, “la dificultad para informarse reside no en la escasez sino más bien en la sobreabundancia de información”⁴.

Los desafíos que encaran las comunicaciones afectan, por cierto, al Periodismo e interesan a quienes lo ejercen. Hace tiempo que el Periodismo dejó de ser el campo para quienes se dedicaban al parrafeo. Para realizar tales labores no se requería de gran preparación. El cuadro de ahora es diferente. Se trata de una actividad compleja y difícil de desempeñar. No es posible aseverar que el Periodismo sea únicamente práctica. Muy por el contrario, el periodista requiere de una sólida base teórica, de una vasta formación cultural y de fuertes principios éticos. En suma, y ahora más que nunca, el periodista se hace.

Largo ha sido el tránsito del Periodismo y de los periodistas en su afán de perfeccionamiento y de reconocimiento. En esta ruta hacia la profesionalización abordaremos I) la imagen del Periodismo y de los periodistas en algunos de los estadios de su historia; II) los inicios de la formación universitaria de los periodistas y el surgimiento del Colegio de Periodistas; III) la acción y la práctica, y IV) la práctica.

² Historia y Medios de Comunicación...

³ El Nuevo Escenario Comunicacional: ¿Un nudo Gordiano? **EL MERCURIO**, Santiago, Chile, 17 de mayo de 1998. P. E14.

⁴ *Ibidem*.

I. UN OFICIO EN EXTREMO PELIGROSO

Los medios de comunicación ocupan el centro de las actividades del hombre. Es más, resulta extremadamente difícil, por no decir imposible, prescindir de ellos, a pesar de que muchas veces suscitaron, y aún suscitan, enormes resistencias.

1. Renuencia nada nueva

La renuencia al Periodismo y a los periodistas, no es algo nuevo; por el contrario, se trata de un fenómeno de antigua data, según se aprecia en los siguientes ejemplos: el Papa Gregorio XIII, quien reinó entre 1566 y 1572, condenaba a galeras a los periodistas de entonces, conocidos como *menantis* (noticieros), en caso de recoger, redactar y difundir noticias sin someterse, previamente, al control de la autoridad eclesiástica. Su sucesor, Sixto V, persiguió con extrema dureza a los *pestiferi uomini*. En tiempos del siguiente Pontífice, Urbano VII, el *menanto* Annibale Capello, acusado de falsario y calumniador, fue torturado y ahorcado.

Ya en esa época resultaba peligroso ejercer el Periodismo. No obstante, a pesar de toda suerte de restricciones, surgió un modelo de comunicado informativo. Eran simples hojas impresas que contenían nada más que una noticia muy explicada, con un título enunciativo encabezando la información⁵.

En el siglo XVII nace la prensa oficial. Franceses, españoles y catalanes se disputan el dudoso honor de haberla fundado. No obstante la discusión, la **Gacette de France**, dirigida por Theofraste Renaudot, marca el inicio del periodismo de estado⁶. Quién primero reparó en la importancia de que el Estado dispusiera de un órgano periodístico fue el Cardenal Richelieu. El prelado “comprendió la necesidad de contratar una publicación periódica, regular y recubierta por el crisma del poder, cuya verdad sería más respetable que las publicaciones que circulaban bajo las dificultades de gestión y el estigma de la clandestinidad. De ahí que utilizara inicialmente el **Mercure Français** (publicación nacida en 1604) como órgano oficioso del estado, dirigido por su confidente, el Padre Joseph⁷. Entre 1624 y 1638 permaneció este hombre de confianza de Richelieu al frente del **Mercure Français**, y a continuación fue sustituido por Theofraste Renaudot⁸, un médico de profesión.

⁵ VÁZQUEZ, Manuel. *Historia y Comunicación Social*. Madrid, Alianza Editorial, 1985, pp. 66 y 67.

⁶ “Si para los franceses *La Gacette de France*, de Theofraste Renaudot, es el primer periódico oficial regular de la Historia, los españoles reivindican las **Cartas de novedades políticas de la corte y avisos recibidos de otras partes** (1621-1626), de Andrés Almanza de Mendoza, periodista oficioso de la corte madrileña de los Austria. Los catalanes discuten esta afirmación, porque entienden que el género cultivado por Mendoza estaba más emparentado con el «racionalismo» renacentista que con la prensa periódica propiamente dicha. Oponen en cambio las **Novas Ordinarias**, editadas por el impresor barcelonés Jaume Romeu, en 1641...” (Ibídem, pp. 93-94).

⁷ El llamado Padre José fue un capuchino a quien la historia bautizó con el nombre de “eminencia gris”, por el color de su cogulla. “Una fe ardiente, imaginación, vivacidad, inteligencia y disciplina rigurosa se unieron cumplidamente para transformar a aquel extraño fraile en un gran diplomático” (GRIMBERG, Carl. *Historia Universal*. Santiago, Chile, Editorial Ercilla, 31 tomos, 1985, tomo XVIII, p. 22).

⁸ VÁZQUEZ, M., op. cit., p. 96.

Richelieu -constructor de la Monarquía Absoluta- comprendía perfectamente el valor de la Gaceta. Igualmente, entendía a cabalidad la importancia de la Imprenta Real que estableciera en 1640. Ambos elementos estaban dentro de su lógica política. Por ello, desde un comienzo ejerció un control implacable sobre todas las noticias publicadas en la Gaceta.

2. Wilkes, un periodista osado

Un caso notable de cómo se persiguió a un periodista ocurrió en la Inglaterra del siglo XVIII. Entonces, los periodistas vivían en un mundo pequeño, controlado por la corte, el gobierno y el Parlamento. De tales controles dependían en lo económico y político.

No obstante, el auge de la información fue *in crescendo* y “el aumento de la audiencia y el concurso de una incipiente publicidad, van dando seguridad a empresarios y profesionales. Con el respaldo del consensus del público plantearán una dura batalla en el campo de la comunicación social. En el número uno del diario **North Briton** (1762), John Wilkes plantea descaradamente la necesidad de oponer la libertad de prensa a la corrupción política. En el número 45, critica el discurso de la Corona del rey Jorge III y la persecución gubernamental convierte a Wilkes en un héroe popular”⁹.

El mencionado número del **North Briton** salió a circulación el 23 de abril de 1763. Para esa fecha, el semanario tenía fama por dirigir miradas escrutadoras a las iniciativas del equipo gubernamental. El número 45 adquirió verdadera celebridad en los anales de Inglaterra, pues contenía una violenta crítica del discurso que el rey había pronunciado ante el Parlamento. Como de costumbre, el artículo iba dirigido contra el primer ministro (Jorge Grenville), aunque en realidad atacaba al monarca. El propietario y redactor principal, John Wilkes, era considerado uno de los hombres más agudos del Londres de entonces.

También era famoso por sus prodigalidades. Su esposa, hija de un rico mercader, le había aportado una dote muy substanciosa, pero de todo aquel dinero sólo quedaba el recuerdo. “Wilkes se dedicó con igual alegría a beber y a jugarse verdaderas fortunas, ejercer por doquier su genial talento de seductor y a batirse en duelo; intrépido y sin escrúpulos, no retrocedía ante nada, y menos ante cualquier brutalidad”.

⁹ VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 126-127.

La lectura del número 45 del **North Briton** hizo palidecer al rey Jorge III. Durante la noche del 29 de abril, Wilkes recibió la visita de tres representantes de la Corona: pesquisas, incautación de papeles y prisión del publicista, mientras numerosas personas sospechosas de relación con el periódico emprendían también el camino de la cárcel. Wilkes protestó con sobrada razón, pues siendo uno de los comunes, era inviolable, de modo que su detención constituía un atentado a los derechos del Parlamento. Poco después se le otorgó la libertad, pero el rey no se dio por vencido y sometió al Parlamento el caso de Wilkes y su periódico. A fines de 1763, el Parlamento, por entero sumiso al soberano, proclamó que el número 45 del **North Briton** era un libelo faccioso y ordenó que fuera confiscado y quemado en público. Al año siguiente Wilkes fue expulsado del Parlamento y declarado fuera de la ley. El periodista huyó a Francia, donde una célebre cortesana lo consoló de sus desgracias.

Pero, el espinoso asunto no había terminado, pues “el pueblo presintió que el rey quería despojar a los ingleses de sus derechos y libertades. Wilkes se convirtió en héroe popular y en campeón de la libertad amenazada. Hubo pendenias y motines en las calles de Londres. Masas de gente se congregaron ante el palacio real y esperaban la salida de Jorge y de sus ministros para injuriarlos”. Cuando el verdugo intentó quemar la edición 45 del **North Briton**, el público asaltó la pira y liberó a la “víctima”.

Para algunos sectores de la nobleza -como el marqués de Rockingham-, y de la intelectualidad -como Edmundo Burke, para quien la prensa constituía “el cuarto poder”-, tanto los escritos como la persona misma de Wilkes eran considerados como poco dignos de confianza. Pero, más detestables y alarmantes eran los métodos empleados por el gobierno, pues infringían la libertad de prensa y las prerrogativas parlamentarias. “Se abrió paso una oposición liberal contra la política reaccionaria del rey y sus ministros. La lucha en torno a los grandes principios oponían, «por una parte, a un soberano cuyo sistema entero de gobierno se basaba en la corrupción, el engaño y la negación de toda intervención política popular, prevista, sin embargo, por la ley; y por la otra, un grupo de hombres decididos a depurar la administración del país y confiarla a un Parlamento consciente de sus responsabilidades hacia el pueblo».

En febrero de 1768, Wilkes reapareció en Londres y las calles de la ciudad se

llenaron al grito de «¡por Wilkes y por la libertad!»”. Wilkes presentó su candidatura a la Cámara de los Comunes y fue reelegido, pero, en el acto fue arrestado. La muchedumbre se congregó ante la prisión y los soldados abrieron fuego matando a seis personas. Wilkes fue condenado a dos años de prisión y a pagar una cuantiosa multa. Además, se lo expulsó del Parlamento. En otras dos oportunidades Wilkes se postuló para la Cámara de los Comunes y en cada ocasión su triunfo fue desconocido por el rey. Entre 1769 y 1772, un periódico londinense, el **Public Advertiser**, comenzó a publicar unas cartas suscritas por un tal *Junius*, que hasta ahora no ha sido posible individualizar. Lo único claro con respecto a él es que sentía un odio mortal hacia Jorge III. A lo largo de la serie, el anónimo autor hacía presente al rey que el pueblo inglés podía desembarazarse de un mal soberano. El monarca finalmente cedió y Wilkes pudo ocupar su lugar en el Parlamento¹⁰.

3. El desprecio de los Enciclopedistas

Los intelectuales ilustrados del siglo XVIII se abstuvieron de mostrar especial predilección por la prensa. La consideraban un instrumento menor y banalizador.

Los intelectuales de la Ilustración confiaban más en el esfuerzo concientizador de la *Enciclopedia* que en el que eventualmente pudiera desarrollar una prensa crítica. No advirtieron la contradicción en la que se daba su gestión intelectual. Los escritos críticos más importantes, como las *Cartas Persas*, de Montesquieu, o las *Cartas Inglesas*, de Voltaire, sólo llegaban a una élite. Lo mismo es dable aseverar respecto de la *Enciclopedia*. A pesar de sus 40 mil suscriptores y sus siete ediciones sucesivas, su impacto cuantitativo fue menor que el logrado por la batalla del panfleto.

“En el odio de los enciclopedistas a la «prensa» hay una elevada dosis de aristocracia cultural. Diderot escribió en la *Enciclopedia*: «Todos estos papeles son el pasto de los ignorantes, el recurso de los que quieren hablar y juzgar sin leer; el azote y el asco de los que trabajan. Jamás han hecho producir una buena línea a un

¹⁰ GRIMBERG, C., op. cit., tomo XXIII, pp 81-84. La claudicación del soberano redundó en favor de una clase social cada vez más rica y poderosa, la burguesía. En 1785 aparece en Londres el **Daily Universal Register**. Tres años después, cambia esa denominación por la **The Times**. Su director fue John Walter. En esa época, entre los sectores obrero y campesino, crece el prestigio del **Political Register**, un periódico fundado en 1802. Para impedir su expansión, como la de otras publicaciones, las autoridades inglesas incrementan los impuestos. Fue un desesperado intento por frenar los avances de la prensa. Con todo, para 1816, el **Political Register** tiraba más de 40 mil ejemplares y era leído por medio millón de personas. Tres años más tarde, el gobierno decretó nuevos gravámenes para acabar con el desarrollo de la prensa. Pero, el director del medio, el conservador William Cobbet, exasperado acabó por chocar con el poder. Encarcelado, se le acusó del delito de sedición (VÁZQUEZ, M., op. cit. p. 127).

buen espíritu, ni impedido a un mal autor hacer una obra mala». Rousseau no era menos cruel: (...) «¿Qué es un libro periódico? Una obra efímera, sin mérito y sin utilidad, cuya lectura desdeñada y despreciada por las gentes ilustradas, no sirve más que para dar a las mujeres y a los tontos vanidad sin instrucción y cuya suerte, después de haber brillado por la mañana en su tocado, es morir por la noche en la guardarropía». (...) Lo cierto es que la prensa francesa cumplió su papel extraordinario en la concientización crítica de las distintas capas de la burguesía y no sólo los panfletos interiores o las gacetas traducidas en Francia, condenadas por Voltaire por su «deficiente estilo literario», sino incluso la prensa oficial u oficiosa. ¿Cómo se explica? Porque el deterioro del antiguo régimen tenía en su propia prensa un medio de expresión”¹¹.

4. Ideal y realidad de la prensa

El tercer Presidente de los Estados Unidos, Thomas Jefferson, en 1787 era partidario de los diarios. Sin embargo, veinte años más tarde (1807) escribió “el hombre que nunca mira un diario está mejor informado que el que los lee, puesto que quien no sabe nada está más cerca de la verdad que el que tiene la mente llena de falsedades y errores”. En estos juicios contradictorios de Jefferson aparece en forma clara el contraste entre el ideal y la realidad de los medios de comunicación. “En el Jardín del Edén, donde crecen la verdad y la libertad, los medios de comunicación -no como queremos que existan, sino en la forma en que existen en realidad- son como la serpiente que, al presentar a la humanidad el árbol del conocimiento, nos invitó a comer del fruto que es tanto el mal como el bien”¹².

Nadie puede sustraerse a los efectos o influencias de los medios de comunicación. Lo concreto es que lo han transformado todo desde los ya lejanos tiempos de Jefferson. “Hay muy pocos aspectos de la vida que los medios de comunicación no aborden. Son omnívoros, ubicuos, no circunscritos y exhaustivos. No hay ningún rincón o hendidura del mundo, siquiera un área oculta del espíritu humano, que no traten de penetrar”¹³.

Esa capacidad de los medios de comunicación obliga a los periodistas a verlo todo tanto con ojos morales como profesionales. “De hecho, los periodistas varían en probidad moral más, quizás, que lo que ocurre con los miembros de cualquier otra profesión, y van desde el idealista de grandes propósitos hasta el mediocre inerradicable”¹⁴.

¹¹ VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 131-132.

¹² JOHNSON, Paul. XII *World Media Conference*. 22 de agosto de 1992. Seúl, Corea del Sur. **EL MERCURIO**, Santiago, Chile. 7 de septiembre de 1992. Cuerpo D.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ *Ibidem*.

Los medios de comunicación son esenciales, pues contribuyen a hacer efectiva la democracia; sin embargo, se les teme por el daño que eventualmente pueden causar en la sociedad. La cuestión es ¿cómo hacer para atenuar, y hasta eliminar, sí ello fuera factible, sus aspectos negativos? ¿Cómo hacer para potenciar sus aspectos más positivos? De ninguna manera se puede obligar a los medios de comunicación a ser “buenos”. Hace más de 350 años, John Milton se refirió al tema y desestimó un cuerpo legal en ese sentido por estimarlo errado¹⁵. “Uno puede imponer la censura con un propósito limitado y por un tiempo limitado (en una guerra, por ejemplo). Pero en una sociedad de tiempo de paz, daña más que lo que protege, y al final siempre fracasa”¹⁶.

No obstante, se da una estrecha relación entre democracia y libertad de prensa. Es posible sostener que esa libertad marca el pulso de toda democracia. No se puede hablar de democracia en el caso de una nación sometida a la presión de las autoridades, porque la prensa no se halla en condiciones de comunicar lo que piensa y siente el ciudadano. Sin una prensa libre, no hay democracia, fundamentalmente porque la libertad de prensa es una suerte de válvula de seguridad para el país.

El régimen político democrático no puede subsistir sin la cooperación de los medios de comunicación. Fundamentalmente, porque requiere de un adecuado ambiente de cultura cívica y para lograrla es vital la cooperación de los medios de comunicación. ¿Existe alguna posibilidad de que los medios de comunicación, en general, y los periodistas, en especial, lleguen a granjearse el respeto de la masa ciudadana?

Es altamente dificultoso formular una solución a tales planteamientos. En todo caso, la salida estaría en una apropiada formación de quienes habrán de tomar el relevo en los medios de comunicación del futuro que, en realidad, ya llegó.

La gran solución está en una apropiada formación de los profesionales que habrán de cumplir tareas en los medios de comunicación.

¹⁵ John Milton (1608-1674), poeta inglés, autor de *El Paraíso Perdido*, además se desempeñó como periodista. En 1644 publicó su *Areopagítica*, para muchos la primera obra teórica relativa a la defensa de la libertad de prensa. Las reflexiones de Milton son atinentes a la comunicación del hombre como sujeto emisor y receptor de mensajes. No obstante, se abstuvo de propugnar una libertad irrestricta e igual para todos. Sin ambages se la negaba al católico romano, porque le juzgaba históricamente deshonesto. Lo más serio, es que se oponía a que el periodista dispusiera de libertad. Fundamentaba su posición atribuyendo al Periodismo un sentido banalizador, al tiempo acusaba a los periodistas de ser esclavos de lo efímero (VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 102 y 103).

¹⁶ JOHNSON, P., op. cit.

II. LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Nadie discute la necesidad de que los profesionales de los medios de comunicación sean formados en centros universitarios. La primera universidad que se ocupó de tal tarea fue la Universidad de Columbia, de los Estados Unidos, en 1912. En nuestro país, hace casi 50 años, la responsabilidad la asumió la Universidad de Chile.

1. Un viejo y sentido anhelo

El Periodismo chileno nació el 13 de febrero de 1812, cuando apareció **La Aurora de Chile**, periódico ministerial y político¹⁷.

Al finalizar el siglo XIX, entre los periodistas surgió la preocupación respecto del rol que durante esa centuria le cupo a la prensa. También, les importaba mucho el papel que le correspondería al Periodismo, y a los periodistas, en el siglo XX. Tales inquietudes se aquilatan en un artículo editorial que, con fecha 31 de diciembre del año 1900 apareció en un vespertino de Santiago el primero de enero de 1901:

“Señor director: no se extrañe usted que estando tan cerca nuestras mesas de trabajo escoja una forma *más o menos* epistolar para concurrir al número aguilnaldo conque quiere saludar usted al siglo que llega. Y note usted desde luego que para saludar a algo que llega me fija usted algo que se fué¹⁸.

El periodismo y el siglo.

De algo que se fué, me dirá usted; pero dejando surcos que a veces se convierten en abismos y jalones que semejan gigantescas pirámides.

Exacto.

Pero examine usted la portentosa universalidad del tema y me encontrará razón para que me haya enclaustrado unas cuantas horas en la solitaria compañía del gato, el tintero y el juicio que sobre la prensa, su objeto y su acción se han formado algunos pensadores de este siglo que (se) extingue en la última y

¹⁷ La aparición del primer periódico chileno suscitó una verdadera conmoción entre los habitantes de Santiago: “No se puede encarecer con palabras -dice un testigo presencial- el gozo que causó este establecimiento. Corrían por las calles con una **Aurora** en la mano y deteniendo a cuantos encontraban, leían y volvían a leer su contenido, dándose los parabienes de tanta felicidad y prometiéndose que por este medio pronto se desterraría la ignorancia y ceguera en que hasta ahora habían vivido, sucediendo a éstos, la ilustración y la cultura que transformaría a Chile en un reino de sabios” (ENCINA, Francisco Antonio. *Historia de Chile*. Tercera edición. Santiago, Chile, Editorial Nascimento, 20 tomos, 1949, tomo VI, pp. 384-385).

¹⁸ Dado el interés que reviste este artículo, se le inserta prácticamente in extenso, preservando la ortografía de la época.

muriente gradacion de su luz.

Estimo justo por lo demás medir la amplitud y hacer siquiera válida delimitacion del tema fijado.

El periodismo, en la forma portentosamente profusa que alcanza hoy, no empieza en las hojas menguadas y raquíticas de los comienzos del siglo (...). En efecto, nadie reconocería en el diario de hoy, de circulacion mundial, al hijo, al remoto heredero de una necesidad siempre sentida y más claramente que nunca, desde que la vida moderna acentúa y precisa su facilidad tan *sui géneris*, tan compleja y ansiosa de necesidades de informacion rápida, amplia, jeneral y tan indispensable que es indiscutible e indudable que no habrá mejor diario que aquel que llene mayor número de necesidades realmente sentidas. En efecto, el diario yankee con sus servicios telegráficos y de informacion universal, ha llegado al ideal, dentro de la índole especial de la raza de que es síntesis admirablemente comprendida.

No olvidemos que una cosa es el diario anglo sajón y otra el diario latino. Una cosa es el **Times** de Londres o el **Herald** de Nueva York y otra el **Figaro** o **Le Temps** de París. La índole del primero es más comercial, más seca; menos intelectual en una palabra. El **Times** dirá descarnada y brevemente lo que le conviene y lo que no le conviene a Inglaterra. El diario francés, realiza a su vez la pintoresca exaltacion nerviosa de la raza.

Pero no apuremos el simil y detengámonos antes de empezar una monografía sobre el periodismo, tarea que sería considerable y extraña a un número de diarios por muy extraordinaria que sea.

Por una parte, es demasiado enorme la labor que representa en la intelectualidad de este siglo que ha producido muchos más periódicos de los que necesitaría Muzard para empapelar todo el globo terrestre. Por otra, es tan múltiple, tan incansable su accion; tanto se bifurca y tantos y tan marcados intereses, grandes y pequeños, sostiene y patrocina que no es fácil ni mucho menos sintetizar su obra, estrechamente vinculada a todos los errores y a todos los progresos del que acaba de morir sin más ruido que el que produce la algarabía del regocijo, le es por lo demás, imperceptible como el vuelo de una mariposa.

Poderoso, menos entre nosotros, sin temor a nadie, domina en ambos mundos

marcando día a día las terribles pulsaciones de la opinion, extraviándola en muchas ocasiones, guiando en otras.

Yo juzgo con cierto eclecticismo su mística, no siempre benefactora, como muchos la creen y mi espíritu, que admira mas la festiva travesura de Voltaire que la imponente severidad de Rousseau, ha meditado, sin embargo, muchas veces en sí es o no en realidad la prensa un apostolado y en sí es posible que siquiera alguna vez empleemos la pluma para hacer el mal.

Porque no siempre es útil el papel de la prensa y tanto es así, que, para evitar divagaciones fatigosas, sólo le recordaré algo que no podemos, que no tenemos derecho a ignorar: que en toda campaña, grande o pequeña, de altas miras o de fines rastroeros, no falta jamás el pro y el contra, lo que quiere decir que definden unos lo malo y otro lo bueno, puesto que la subdivisión de las cosas solo puede fluctuar entre estos dos eternos polos morales, que jamás se juntan, positivo el uno, negativo el otro: el bien y el mal.

Jeneralmente entramos demasiado jóvenes a las imprentas y entonces y antes naturalmente de empezar la amplísima preparacion que requiere esta profesion que impone tantos y tantos sacrificios, y hasta heroismos que suelen quedar anónimos, entonces equivocando la propaganda tranquila, única, eficaz, con la lucha tempestuosa y el pujilato constante, no medimos la responsabilidad enorme de nuestra labor.

¡Si habremos hecho mal, si habremos hecho bien!

Siquiera confiemos en que en esta profesión a que nos atrae vocación irresistible, corrija la tranquilidad nuestros errores de novatos fogosos, llenos de fuego como todos los soldados bisoños, que son los mejores para el fuego y que ignoran o desprecian a los que van a retaguardia en perpetuo acecho de los despojos de ajenas victorias.

Sea la prensa como sea, siempre ha sido ella yunque forjador de grandes caracteres y en su siglo -el XIX-, queda grabado para siempre el nombre de muchos grandes periodistas.

¡Y que luego caen, cansados por la labor atlética de haber sentido en su pecho y

en sus músculos el peso abrumador, el resumen de las aspiraciones de la opinión!

Periodista fue Gladstone, Thiers. Periodista fue el astro más esplendoroso del siglo que expira: Víctor Hugo, ese Dios identificado con el espíritu de toda una época y de toda una raza altiva, heroica y grande, y que por fin decae, pero decae al llegar el mundo a imperar en él el mercantilismo férreo, sin flexibilidad ni idealismo de los anglo-sajones. Pero, también fue periodista Marat, me dirá usted...

Exacto.

¿Y qué argumento me hace usted con eso?

Acabo de repetir que el índice del periodismo durante el siglo no es otra cosa que una mezcla de errores lamentables y de esfuerzos nobilísimos. El periodismo, como toda institución, como todo lo que obra dentro de una sociedad, se regulariza y marcha, en lenta y gradual evolución hacia su perfeccionamiento.

Institución libre, de fácil acceso por desgracia, y libre también de toda reglamentación es más difícil por esa causa del progreso siempre acentuado de las corporaciones docentes.

Hasta él llega el que quiere. Sobrenadan pocos es cierto. Pero hasta él, repito, llegan en frecuente incursión condotieros, lansquenetes, jente sin ninguna preparacion y seguros colaboradores del descrédito del gremio.

Pero en esta materia también se innova, camino de la reforma, y ya en Francia, con Henrique Fouquier a la cabeza, funciona una gran escuela o Universidad en que se prepara y educa al individuo, dejándolo realmente apto para el ejercicio de la profesión que más amplia educación requiere.

¿Y no es verdad que la palabra de los periodistas salidos de esa escuela tendrán más eco y autoridad que la de los que creen que podría ser la prensa una Bohemia con letra de Enrique Murger y musiquilla de *Café Concert*. Pero noto que estoy universalizando un mal público, una plaga como cualquier otra, pero exclusiva a los países sud-americanos.

Y hablo de una plaga en la cual no es difícil descubrir un mal público porque se comprende que ningun prestigio puede tener una prensa formada por individuos

poco idóneos. Y como esto de la ilustración y la capacidad está jeneralmente en razón directa de la moralidad, bien fácilmente se comprende que un diarismo de reclutas tendrá forzosamente que ser mucho más *sujestionable* que otro que fuera formado por jente preparada y orgullosa de su profesion.

Pero pasarán muchos años y nuestra prensa seguirá valiéndose de individuos fácilmente enganchables.

¿Y por qué?

Porque la circulación, el aviso no da para pagar la buena colaboración. ¡Pero hay que llenar las columnas!...

Entonces se pone un aviso, redactado en los mismos términos en que se pide un mozo...

«Se necesita un *redactor*»...

Llega naturalmente cualquier cosa, pero ni con mucho un redactor.

¡En Chile sí que tendría, pues, razón Max Nordan para decir que la prensa es otra «mentira convencional»!

El diario chileno por lo demás continuará haciendo vida tristísima y no paupérrima solo en raras ocasiones.

Puede haber dinero sin periodismo, pero no periodismo sin dinero, el dilema es inflexible, sin salida...

Por otra parte, todos los esfuerzos por aumentar el tiraje, serán inútiles y dolorosamente infructuosos mientras no aumente la cultura jeneral, cuya única base es la instruccion.

El siglo XIX se ha ido dejándonos un bagaje no despreciable de beneficios. Hagamos votos porque no se vaya el siglo XX sin dejar establecida esa ley benefactora que traería vida robusta, sana y vigorosa al periodismo nacional a cuya labor le debe tanto nuestro país y en cuyas columnas está perpetuamente escrito el nombre de Lastarria, Vicuña Mackenna, Ambrosio Montt, Isidoro

Errázuriz, Domingo y Justo Arteaga, Zorobabel Rodríguez, Adolfo Ibáñez, Eduardo de la Barra, Valentín Letelier, Máximo Lira, Augusto Orrego Luco, Rafael Egaña, Enrique Valdés.

A. DE GÉRY¹⁹.

El articulista propugna la dignificación del Periodismo. Será una extensa y difícil lucha para conseguir, primero, que el Periodismo sea elevado al rango de carrera universitaria y, en seguida, la creación del Colegio de Periodistas.

2. Un primer paso hacia la profesionalización

El primero en comprender la necesidad de una formación académica de los periodistas fue Joseph Pulitzer, un húngaro nacido en 1847. En 1864 emigró a los Estados Unidos y dos años más tarde se nacionalizó norteamericano. Por entonces, ingresó al diario alemán **Westliche Post**, de San Luis, Missouri, cuya dirección asumió en 1871 y que ejerció durante dos años. Tras licenciarse en Derecho, en 1878 adquirió el **St. Louis Evening Dispatch** y el **Evening Post**. Los unió en el **Post-Dispatch**. En 1887 compró el **New York World**.

Cuando Pulitzer se hizo del **The New York World** desarrolló un periodismo descarado. Sus periodistas, para escribir sus sensacionales reportajes sobre las condiciones imperantes en hospitales, prisiones y asilos, no titubeaban en hacerse pasar por enfermos, presos o asilados. La influencia de esta prensa se evidencia en los resultados de la campaña que desplegó para conseguir que Estados Unidos le declarara la guerra a España por la cuestión cubana (1898). Pulitzer en esto no estuvo solo, pues se sumó a esa campaña otro magnate de la prensa norteamericana, William Randolph Hearst. Los diarios que estaban a favor de la intervención armada vendían un millón y medio de ejemplares al día, mientras que los contrarios, no sobrepasaban los 250 mil. **The New York World** intensificaba las pasiones mediante un lenguaje como el siguiente: "La vida y los bienes de cualquiera no están seguros (en Cuba). Ciudadanos norteamericanos son detenidos o muertos sin motivo. Por todas partes destruyen los bienes pertenecientes a norteamericanos. No se hace nada por protegerlos... Stocks de caña de azúcar, construcciones, máquinas que valen millones de dólares han sido destruidas. Sólo este año la guerra costará 68 millones de dólares al comercio americano... Pronto Cuba será un inmenso desierto de ruinas

¹⁹ El periodismo y el siglo. **LA TARDE**, Santiago, Chile, primero de enero de 1901. P. 3, col. 5-6. Este vespertino, fundado por los hermanos Alfredo y Galo Irrarázaval Zañartu, circuló en Santiago entre el primero de enero de 1897 y el 15 de diciembre de 1903, completando 2.137 ediciones. Galo fue el primer director, dejando el cargo a su hermano en 1901, para asumir la representación de Chile en Ecuador y Centro América. "Fue un diario desplegado en guerrilla; juntó muy buenas plumas y creó un cáustico estilo propio" (**VIAL CO-RREA, Gonzalo**. *Historia de Chile*. Santiago, Chile, Editorial Antártica, 22 tomos, 1981, tomo III, p. 471).

quemadas. Este año hay poca vida. El próximo, ninguna”²⁰.

El lenguaje empleado por Hearst no difiere en nada del de su rival en la explotación del sensacionalismo. Hacia fines del siglo XIX, en Cuba había un movimiento independentista. El jefe de las fuerzas españolas en la isla, el general Valeriano Weyler y Nicoláu (1838-1930) estuvo a punto de acabar con los rebeldes. Pero, fue relevado del mando a causa de las presiones de los Estados Unidos. Los diarios norteamericanos desencadenaron una dura campaña contra Weyler, llamándole “el carnicero, el bruto, el innoble, el ladrón de hacienda, el asesino de las familias, el violador de las mujeres”. Los cotidianos sensacionalistas de Hearst empujaron la guerra con España en nombre de los derechos sagrados de la persona humana, lo cual hizo subir la tirada a cifras fabulosas. La historia de la señorita Cisneros da una medida de su cinismo: “El padre de Evangelina Cosio y Cisneros, rebelde que mandaba una compañía de caballería, había sido condenado a muerte, y luego a prisión perpetua. Estaba detenido en la isla de Los Pinos. Evangelina fue a vivir allí y preparó planes para la evasión de su padre. El comandante de la isla, Coronel José Berriz, atraído por Evangelina a su casa, fue apaleado y atado. Pero los soldados lo pusieron en libertad y detuvieron a la muchacha, que fue encarcelada en La Habana en la prisión de las Recogidas, donde disfrutaba de un apartamento de dos piezas. A nadie se le ocurriría ver en ella una «Juana de Arco Cubana» cuando un periodista del *Journal* telegrafió que había sido presa por haber resistido castamente a las proposiciones lúbricas del coronel Berriz. «Esta muchacha, tiernamente educada, ha sido arrojada a la prisión a los dieciocho años entre las negras más depravadas de La Habana, y ahora se disponen a condenarla por veinte años a la más atroz servidumbre, que no podrá resistir un solo año... Esta muchacha delicada, refinada, sensible, cuyo pudor lo ignora todo del vicio e incluso la misma existencia de estas criaturas que se amontonan en las prisiones de la casa de Recogidas, fue presa, arrojada a una prisión reservada a las mujeres perdidas más abyectas de La Habana, y su salud tan comprometida que se ve amenazada de una muerte precoz». Esta clase de agua corrió durante semanas. En vano el cónsul general de los Estados Unidos en Cuba, al llegar a Nueva York, desmintió tales fábulas: los norteamericanos no fueron informados de ello. Hearst amotinó a las mujeres americanas, hizo circular peticiones

²⁰ VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 176-177.

publicando el cuadro de honor de las mujeres más destacadas cuyo corazón sangraba por la señorita Cisneros. El relato de los «intolerables sufrimientos» de la señorita Cisneros llegó a Inglaterra, donde una petición del *Journal* reunió 200 mil firmas. La petición fue enviada al Papa y a la reina de España. En ambas riberas del Atlántico, millones de personas deploraban la inocencia escarnecida. Por fin, la apoteosis: Hearst envió a uno de sus periodistas a organizar la evasión de Evangelina. Lo consiguió de la manera más sencilla del mundo, cerrando los ojos de los carceleros con dólares. El *Journal* describía las escalas de seda, los barrotes serrados, las mantas que colgaban de la murallas, y celebró a este «nuevo D' Artagnan» que había salvado a la «Juana de Arco Cubana». Nueva York recibió triunfalmente a Evangelina, que era de gran belleza. Por fortuna, puesto que una fea lo hubiera echado todo por tierra. A uno de sus corresponsales en La Habana, que le había teleografiado «R. A. S. Todo en calma. No habrá guerra. Me gustaría regresar», Hearst le respondió con este telegrama, digno de Julio César: «Le ruego se quede. Suminístrenos ilustraciones, yo suministraré la guerra». Había aumentado su tirada, pero no había proporcionado la guerra. Arrebatado por su impulso. No se había dado cuenta de que un triunfo novelesco de los Estados Unidos no podría ser *casus belli* más que para España, que desplegaba tesoros de paciencia ante aquel torrente de injurias. Hearst se tiraba de los pelos cuando el acorazado *Maine*, enviado a La Habana en «visita de amistosa cortesía», fue volado en el puerto el 15 de febrero de 1898. Nadie podía creer que los españoles fuesen lo bastante locos como para volar el *Maine*. Hearst, sin embargo, lo imprimió en enormes caracteres, e incluso lo creyó, porque creía todo lo que imprimía. El Presidente Mac Kinley tuvo ocasión de declarar que pensaba que la causa del accidente había sido una explosión en la sala de máquinas; pero la gran prensa y la opinión pública exigían la guerra, y él la declaró el 19 de abril, no sin proclamar antes que su fin era liberar a Cuba y que los Estados Unidos no tenían la menor intención de extender su control a esta isla, declaración que fue acogida en Europa y América Latina como un magnífico ejemplo del humor yanki. Tres meses más tarde, dos escuadras españolas fueron aniquiladas, una en el puerto de Manila y la otra en Santiago de Cuba, y las tropas americanas invadieron las islas sin olvidar a Puerto Rico. El 26 de julio, España cedió a los Estados Unidos, a cambio de 20 millones de dólares, las Filipinas y la isla Guam. Cuba y Puerto Rico se convertían en estados independientes. De paso, los americanos habían anexionado las islas Hawai. Por desgracia, lo que los filipinos habían esperado de Washington era la independencia. Fue necesario persuadirles por las armas de que el yugo

capitalista era muy superior al yugo paternalista. La independencia de Puerto Rico fue garantizada por un presidente y por un gobernador, cuya elección el Presidente de los Estados Unidos no cedía a nadie. En cuanto a Cuba, los Estados Unidos le dieron la libertad prometida, con la reserva de que no contraería jamás deudas superiores a sus rentas, de que no concluiría ningún pacto que pusiese en peligro su independencia, y que admitiría la intervención norteamericana cada vez que lo estimase necesario para mantener el orden -principalmente en las grandes propiedades que los súbditos norteamericanos detentaban en la isla-”²¹.

En 1903, Joseph Pulitzer creó los premios que llevan su nombre con el propósito de galardonar a quienes destacaran en el campo de la literatura y del Periodismo. Pero, lo más significativo es que donó un millón de dólares para la fundación de una Escuela de Periodismo.

La acción de Pulitzer fue la primera a nivel mundial emprendida con el fin de profesionalizar la actividad periodística.

“Cuando Joseph Pulitzer, editor de **The St. Louis Post-Dispatch** y del **The New York World**²², se entrevistó con Nicholas Murray Butler, Presidente de la Universidad de Columbia, para conversar sobre la creación de una escuela de periodismo, declaró que el Periodismo debía ser «una de las grandes profesiones intelectuales». Los que la practiquen, dijo, deberían «tener conocimientos de política, literatura, gobierno, principios y tradiciones constitucionales, historia, economía política, y también en materia de historia y poder de la opinión pública, y de servicios públicos»²³.

La Escuela de Periodismo de Columbia creció y se desarrolló con énfasis en un amplio entrenamiento profesional basado en una educación liberal. Desde un principio fue pionera en la profesión, por medio del premio Pulitzer y más tarde con el Cabot, con su intervención en la fundación del *American Press Institute* y el papel que desempeñó en la creación del *Instituto Internacional de Prensa*.

“La Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia se propuso dos metas:

²¹ DUCHÉ, Jean. *Historia de la Humanidad*. Madrid, Ediciones Guadarrama, 5 tomos, 1964, tomo IV, pp. 344-346.

²² Al legar fondos para que el Periodismo fuera enseñado en una Universidad, a Pulitzer le movía el interés de que se teorizara sobre el lenguaje informativo. “La teorización del lenguaje periodístico buscaba conseguir una mayor eficacia informativa”, aunque, al mismo tiempo, tendía a lograr “una mayor eficacia persuasiva”. (VÁZQUEZ, M., op. cit., p. 177).

²³ BARRETT, Edward W. *Reportaje a la Realidad*. Buenos Aires, Editorial Troquel, 1968, p. 7.

1. Ayudar a los norteamericanos jóvenes y singularmente prometedores a convertirse en profesionales superiores de verdad: con la amplitud de conocimientos necesaria para comprender los acontecimientos del presente, habilidad para registrarlos e interpretarlos con pulcritud y destreza, integridad para hacerlo con justicia implacable y, por último, visión para buscar y quizá descubrir nuevas maneras de realizar el trabajo.
2. Contribuir de todas las maneras convenientes a un rápido progreso en el sistema del periodismo y las comunicaciones: honrando a los merecedores y decentes, y tratando sin contemplación a los falsos e irresponsables; alentando a los más destacados en la profesión a elevar el nivel de la práctica y las recompensas a la excelencia; luchando contra la supresión y la distorsión de las noticias y realizando investigaciones y experimentos que brinden métodos más perfectos para manejar el enorme cúmulo de informaciones”²⁴.

Por cierto que la idea de Pulitzer de formar en una universidad a los periodistas suscitó gran polémica. Carl W. Ackerman, Decano Emérito de la Escuela de Periodismo para Posgraduados de la Universidad de Columbia, declaró que en sus inicios -allá por septiembre de 1912²⁵- la institución encaró “el escepticismo de la prensa con respecto a la educación para el Periodismo, actitud que compartían las instituciones educativas de todo Estados Unidos”. Cincuenta años después, según el mismo Ackerman, “la educación para el Periodismo se halla tan firmemente establecida como en otras profesiones, y nuestros ex alumnos son pioneros de la profesión en el mundo entero”²⁶.

Cuatro años después de que la Universidad de Columbia pusiera en marcha su Escuela de Periodismo y en plena Primera Guerra Mundial, la universidad alemana de Leipzig inauguró un curso de estudios sobre la prensa. Ese mismo año, en la Universidad de Munich, Karl d’Ester asumió como primer titular de Ciencia Periódica.

En Alemania surgen los primeros trabajos destinados a registrar el desarrollo

²⁴ BARRETT, E., op. cit., pp. 8-9.

²⁵ Pulitzer había fallecido el año anterior.

²⁶ BARRETT, E., op. cit., p. 7.

histórico de la prensa. Tales estudios fueron iniciados por el profesor Otto Groth²⁷.

3. Chile: los primeros logros en la lucha por la profesionalización

Cuando De Géry escribió su artículo, en el país había partido ya un período de transformaciones en torno al periodismo.

El primero de junio del 1900 apareció **El Mercurio** de Santiago; el 15 de noviembre de 1902, **Las Últimas Noticias**; el 16 de diciembre de 1906, **El Mercurio** de Antofagasta; el primero de enero de 1921, **La Estrella** de Valparaíso, y el 29 de julio de 1931, **La Segunda**.

El 31 de marzo de 1902, en la capital comienza a circular **El Diario Ilustrado**, el primero en incluir fotografías, vinculado al Partido Conservador y, en sus inicios, a la Iglesia Católica²⁸. El 14 de enero de 1917, aparece el diario **La Nación**.

También nacieron varias revistas. De todas ellas, destacan **Zig Zag**, en 1905, y **Sucesos y Corre Vuela**, de 1908.

Aún no aparecía la radio y faltaba mucho para el debut de la televisión. Antes de que surgieran esos medios de comunicación, el diario disfrutó de una suerte de monopolio social, similar al que tuvo el ferrocarril con anterioridad al automóvil y al avión. Para su publicidad, las industrias y todas las empresas de servicios dependían del diario, y para el transporte de mercaderías y de personas, del ferrocarril.

En Chile, la radio entró en escena en 19 de agosto de 1922, suscitando resistencia entre en los medios impresos, los que, además de la misma radio, experimentarían un enorme desarrollo tecnológico entre 1930 y 1970. En ese lapso se produciría la profesionalización del Periodismo a través de la formación universitaria y del establecimiento del Colegio de Periodistas.

²⁷ Estos estudios realizados en Europa tenían por objeto contrarrestar la supremacía norteamericana en el terreno de la teoría atinente al Periodismo. A los mencionados cabe adicionar la constitución, en París, del Instituto Francés de Prensa. Fue fundado en 1937 por Gilbert de Gidel. En ese plantel se formaron personalidades como Jacques Kayser, el padre del análisis hemerográfico, y Fernando Terrou, iniciador de estudios que en los años 50 y 60 darían paso a una importante escuela estructuralista de investigación sobre los *mass media* y la cultura de masas. Vázquez alude a lo que da en denominar la "prehistoria de la enseñanza de las técnicas de la comunicación social". En ese terreno citas doctorados otorgados por universidades alemanas del siglo XVIII a especializados en Ciencias de la Prensa. "Desde 1869 en algunas universidades norteamericanas (Chicago, Nebraska, Carolina y Pensilvania) se dieron cursos de "periodismo" y la precocidad europea sobre el asunto se la disputan Heidelberg, Salamanca y París a fines del siglo XIX. Fue sin duda la Escuela de Periodismo creada en París por Perivier, director de **Le Figaro**, en 1899, dependiente del Colegio Libre de Ciencias Sociales, la que más y mejor sistematizó la enseñanza del Periodismo en Europa, paralelamente a lo que haría la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia". España no se quedó al margen de toda estas tendencias, pues escuelas como la de **El Debate**, fundada en 1926 por Manuel Graña y Angel Herrera, demuestran que no solo se trataba de crear un profesional específico abastecido de la teoría y la práctica derivada del empirismo profesional de sus mayores y de las ciencias paralelas de otros especialistas, se trataba también de imbuir al profesional de la comunicación de una cierta sacramentalidad (VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 241,242 y 243).

²⁸ **EL DIARIO ILUSTRADO**, de Santiago, circuló por última vez el 23 de octubre de 1970.

Los colegios profesionales chilenos se originaron en la Constitución Política del Estado de 1925. Ese año señala el inicio del interés de los chilenos por agruparse por sectores y actividades. “Los habitantes (...) dejan de aparecer como un simple conjunto de individuos que sólo tienen representación ciudadana en los momentos de elecciones presidenciales, parlamentarias y municipales, (y) pasan a configurar un conglomerado... de sectores y grupos organizados y diferenciados entre sí...”²⁹.

Entre las organizaciones, Homero Ponce menciona los Colegios Profesionales. La integración a ellos era obligatoria, pues nadie podía ejercer una profesión si no estaba inscrito en los registros respectivos. Fue la interpretación del artículo 10 número 14 de la Constitución de 1925 lo que permitió ese sentido exclusivista. Ese mismo año, nació el primer colegio profesional chileno, el Colegio de Abogados.

En cuanto a la prensa, en la Primera Convención de Periodistas, celebrada en 1934, se esbozó un proyecto para la creación del Colegio de Periodistas de Chile, con el propósito de “velar por la superación del gremio y dignificar su ejercicio y sancionar aquellos casos de actuación ilícita o antiprofesional”³⁰.

La idea del Colegio de Periodistas cayó en el olvido. Pero, en la Cuarta Convención de Periodistas, efectuada en Valparaíso, se redactó un nuevo proyecto. Fue presentado en la Cámara de Diputados en 1949. En la Comisión de Constitución, Legislación y Justicia fueron objetadas 15 de sus disposiciones, porque, a juicio de los legisladores, los periodistas no eran libres en el ejercicio de su profesión por cuanto entregaban su trabajo a una empresa. Para los parlamentarios, la conformación de un Colegio de Periodistas limitaría la libertad de prensa; esencialmente, porque coartaría la autonomía de las empresas en la contratación del personal.

En tanto en el Poder Legislativo se desarrollaba una extensa discusión, crecía entre los periodistas la intranquilidad a causa de los bajos sueldos y de la carencia de una previsión apropiada que, una vez acogidos a jubilación, les asegurara un ingreso decente. A esas inquietudes se sumaba la falta de un organismo que regulara el ejercicio profesional.

A fines de 1949, en Santiago nació la Asociación Nacional de la Prensa, “a la cual habrán de pertenecer todas las empresas periodísticas del país”. El nuevo organismo de inmediato acordó “acelerar ante los Poderes Públicos dos justas e impostergables reivindicaciones sociales, a saber: el inmediato despacho del

²⁹ OSORIO SALAZAR, Alejandro y URZÚA REYES, Luz-marie. *La lucha del Colegio de Periodistas de Chile en pro de la libertad de difundir noticias y opiniones: algunos casos emblemáticos*. Tesis para optar al título de Periodista. Santiago, Chile. Universidad Nacional Andrés Bello, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Escuela de Periodismo. Noviembre de 1999. Pp. 24-25. (C.F.) PONCE, Homero. *Historia del Movimiento Asociativo Chileno*. Santiago, Chile, Editorial Alba, 1986, tomo I, p. 254.

³⁰ Ibidem, p. 26. (C.F.) FRANULIC, Lenka. *Pro y contra del Colegio de Periodistas*. ERCILLA (763). Diciembre de 1949.

proyecto de ley que financia la previsión del gremio de periodistas y la mantención de los privilegios que se reconocen a la industria gráfica en conceptos de cambios internacionales para la compra en el exterior de papel, tinta y demás materiales inherentes a la industria”³¹.

En 1945, de acuerdo a ese periódico, en el **Diario Oficial** se publicó una ley que favorecía a los periodistas. Sus cláusulas no hubo forma de aplicarlas por falta de financiamiento. “Menos mal que ahora, aunque tarde, los periodistas han reaccionado y se han puesto de consuno en la reivindicación de sus legítimos derechos. (...) A la fecha han desaparecido de la circulación numerosos órganos de publicidad -que son otros tantos focos de espiritualidad- y de viejos periodistas que esperan los beneficios de la ley de previsión -dictada hace cinco años- han muerto en la miseria más de la mitad y el resto continúa en la inopia, esperando el santo advenimiento”³².

En esta pugna por dignificar la profesión destaca el Círculo de Periodistas, fundado en la segunda administración del general Carlos Ibáñez del Campo³³.

En 1952, un grupo de periodistas visionarios, entre otros Lenka Franulic, Santiago Montenegro, Juan Honorato, Ramón Cortez Ponce y Luis Fernández Navas, funda la Primera Escuela de Periodismo en la Universidad de Chile. El 20 de abril del año siguiente, con Montenegro como Director, en un local de la calle San Antonio 263, en pleno centro de Santiago, Ramón Cortez dictó la primera clase de Introducción al Periodismo a 40 alumnos (25 hombres y 15 mujeres).

El 11 de julio de 1956, durante el segundo gobierno de Ibáñez, se publicó en el **Diario Oficial** la ley número 12.045, dando origen legal al Colegio de Periodistas de Chile -como Corporación de Derecho Público- con el claro propósito de ejercer “la tuición, supervigilancia, perfeccionamiento y protección de la profesión de periodista”.

La organización comenzó a funcionar el 19 de mayo de 1959. En esa oportunidad, Juan Emilio Pacull fue elegido Presidente del primer Consejo Nacional de la orden³⁴.

³¹ Ahí está la cosa. **LA TARDE**, Chañaral, 23 de enero de 1950. P. 3, col. 3-5. Este vespertino circuló en ese puerto del norte de Chile entre el 17 de enero de 1949 y el 19 de diciembre de 1950. De orientación falangista, fundamentalmente al servicio de las candidaturas parlamentarias de Eduardo Frei Montalva y Alejandro Noemi, completó 1.044 ediciones.

³² *Ibidem*.

³³ En 1907 se fundó en Santiago un Círculo de Periodistas. En febrero de 1908, sus integrantes celebraron un año de existencia en una reunión efectuada en la capital. En esa ocasión fue elegido Presidente Zenón Murillo (**LA IGUALDAD**, Concepción, 27 de febrero de 1908. P. 1, col. 2. Este vespertino circuló los martes, jueves y sábados de 1908. Políticamente se identificaba con el Partido Democrático, colectividad de extracción obrera desgajada del Partido Radical el 20 de noviembre de 1887).

³⁴ Hasta el año 1980, cuando entra en vigor la nueva Constitución Política de la República, los colegios profesionales eran **personas jurídicas de derecho público** que agrupaban a profesionales liberales y que constituían grupos intermedios entre la persona y el Estado. Al ser transformadas en Asociaciones Gremiales (A.G.), a través de disposiciones, precisamente, del nuevo texto fundamental, pierden sus potestades de afiliación obligatoria y la tuición de la ética profesional que les entregaba el derecho público y pasan a constituirse en **personas jurídicas de derecho privado** (OSORIO SALAZAR, A. y URZÚA REYES, L., op. cit., p. 20).

Durante el régimen de Jorge Alessandri Rodríguez fue publicada la Ley número 15.576, sobre Abusos de Publicidad, considerada liberticida y conocida como “ley mordaza”. El Mandatario que sucedió a Alessandri, el demócrata cristiano Eduardo Frei Montalva, envió al Parlamento un mensaje reformando sustancialmente ese cuerpo legal. El 13 de julio de 1967, se aprobaron las modificaciones y entró en vigencia un texto que mantuvo el título original de “Abusos de Publicidad” y que rige hasta hoy.

Al concluir el siglo XX, los periodistas chilenos aguardan un nuevo texto legal que regule el ejercicio de la profesión. En el Congreso Nacional está en vías de ser aprobado un proyecto de ley que ha sido objeto de una prolongada tramitación; se espera sea una realidad al despuntar el siglo XXI.

4. La obligación de develar lo oculto

La preocupación central en el quehacer de todo periodista es la defensa de la libertad de informar. Un profesional de la prensa tiene que pugnar de modo que lo oculto quede al descubierto³⁵.

Pero, un periodista es solo una persona que está lejos de poseer los poderes de un taumaturgo. El descubrimiento de los hechos que permanecen escondidos requiere de capacidades especiales. Es posible que las posea en forma natural. En esa eventualidad, únicamente precisa de una adecuada potenciación de esas aptitudes. Tal cosa es posible de conseguir a través de una apropiada formación académica.

Durante el segundo gobierno de Ibáñez, su Ministro Secretario General de Gobierno, René Montero, se refirió a la misión de los medios de comunicación como expresión pensante de la nacionalidad: “Su poder es terrible y definitivo, porque se dirige al país y obra sobre su conciencia. Así, deprime o envilece, como reconforta y dignifica; así, siembra la desesperanza, como exalta el optimismo y la fe; así, enerva las virtudes ciudadanas y siembra el desaliento colectivo, como levanta y reconforta el espíritu cívico; así fija el oprobio, como impulsa el florecimiento de la verdad”³⁶.

Paul Johnson resalta el poder de los medios de comunicación, fundamentalmente el que poseen quienes se desempeñan en ellos. Es posible que jamás vean a sus lectores, radioescuchas o telespectadores. No obstante, su fuerza está allí, “enorme y temible”, motivo por el cual el periodista, “incluso más que el político, incluso

³⁵ “*Todo lo escondido tiene que quedar al descubierto*”. Tal era la divisa de Philippus Aureolus Theophrastus Bombastus von Hohenheim, médico y alquimista suizo, más conocido como Paracelso (1493-1541). Idéntico emblema poseía Johannes Fausto (1480-1540), nigromante y hechicero alemán. Su figura fue inmortalizada en la literatura por el inglés Christopher Marlowe (1564-1593) y por el alemán Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832).

³⁶ Misión y valor de la prensa. **LOS TIEMPOS**, segunda etapa, Santiago, Chile, 16 de junio de 1953. P. 3, col. 1-2. Este vespertino, fundado por Eliodoro Yáñez Ponce de León, abarca un extenso período en la historia del periodismo chileno: se inicia en 1922; desaparece en 1934 con la edición número 3.678; reaparece casi 20 años más tarde, y desaparece, definitivamente, en 1955, completando otras 768 ediciones.

más que el sacerdote, debe ser una persona moral”³⁷.

Para otros, además de moral, el profesional de las comunicaciones debe ser un maestro y, como tal, un hombre de honor. “Y es un maestro porque enseña, porque educa, porque orienta a la opinión pública. Su responsabilidad es inmensa. La moral y la ética deben regular sus pasos y deben señalar su camino, siempre elevado, siempre luminoso. El periodista es el sacerdote de la Verdad...”³⁸.

5. Profesión que ennoblece a quienes la ejercen

El 13 de diciembre de 1966, el Colegio de Periodistas inauguró un Congreso Nacional en Viña del Mar. El Presidente de la República, Eduardo Frei Montalva, tuvo a su cargo el discurso inaugural. El Primer Mandatario expuso la responsabilidad de quienes ejercen en los medios de comunicación: “Yo creo que la primera y más fundamental garantía de la independencia de la libertad del periodismo, reside fundamentalmente en ustedes; en la jerarquía moral que mantengan; en la independencia con que actúen; pero también en la responsabilidad y objetividad con que informen.

El periodista no sólo necesita libertad sino que requiere las condiciones necesarias para el eficaz ejercicio de la profesión. (...) Yo estoy convencido que la libertad de prensa no sólo está garantizada por el sentir común del pueblo; no sólo por la convicción y la voluntad del Gobierno y del Parlamento; no sólo por la seriedad e independencia de los Tribunales de Justicia, sin lo cual los derechos no tienen garantía; sino que fundamentalmente garantizada por la forma en que ejercitan su derecho y desempeñan su profesión los que constituyen una función especializada en cada rama de la actividad nacional.

Creo que el destino de nuestro país, de la convivencia tan necesaria entre nosotros para superar, incluso las discrepancias más profundas, puede depender en una medida muy considerable, de la forma como ustedes informen a la opinión pública de lo que ocurre, sin limitaciones”.

Frei Montalva llamó a los hombres que juzgan, informan y opinan para que “por encima de las divisiones ideológicas que no sólo son inevitables sino que necesarias en toda sociedad plural no monolítica, podamos vivir respetándonos mutuamente y aceptando ciertos mínimos de común denominador en nuestras

³⁷ JOHNSON, P., op.cit.

³⁸ El eterno rufián. **VESPERTINO DE NOTICIAS DEL DIA**, Santiago, de Chile, 13 de julio de 1954. Entre el 25 de junio de 1951 y el 17 de marzo de 1955, en las calles de diferentes ciudades del país, la gente solía leer las noticias más importantes del día publicadas por este diario mural de la tarde impreso en Santiago en los talleres de la Imprenta Boletines Relámpagos y cuyo director era Jorge Muñoz Valenzuela. Este diario mural vespertino consistía en una hoja de 52 por 35 centímetros, con escasa ilustraciones y pocos avisos, por lo general no más de un 20 por ciento de su superficie.

aspiraciones que son servir al país, desarrollar con velocidad su economía y hacer justicia para las grandes mayorías nacionales, que requieren un mejor nivel de existencia”.

El Presidente rememoró los tiempos en los cuales ejerció el Periodismo, lo que le permitió comprender “las dificultades que tiene, los riesgos, las críticas y descontentos que provoca la acción del periodista, pero que también implica *una profesión que ennoblece a los que la ejercen*”³⁹.

³⁹ Profesión que ennoblece su ejercicio. **LA TARDE**, Santiago, Chile, 13 de diciembre de 1966. P. 9, col. 3-6. Eduardo Frei Montalva, en los años 40, se desempeñó como Director del diario “**EL TARAPACÁ**” de Iquique. Fue fundado el primero de marzo de 1894 y circuló hasta el 29 de noviembre de 1979, completando 25.634 ediciones. En cuanto a **LA TARDE**, se autodefinía como “diario vespertino y popular”. Pero, además de sensacionalista, era vocero del Partido Demócrata Cristiano y defensor acérrimo del Gobierno del Presidente Eduardo Frei Montalva. Comenzó a circular el 16 de septiembre de 1965 y desapareció, con el número 2.342, el 14 de mayo de 1971.

III. LA ACCION Y LA PRACTICA

El Periodismo es, esencialmente, acción; en ese aspecto se imbrica con la práctica, con la experiencia, única forma de ejercitar la facultad de conocer. Todos nuestros conocimientos arrancan de la experiencia, “todos comienzan en ella”⁴⁰.

La práctica es una acción voluntaria, opuesta a lo teórico y a lo especulativo; su propósito es transformar el mundo circundante.

Los griegos llamaban “práctico” a lo que era adecuado para una transacción o negocio, a lo que era efectivo como “praxis”. Lo práctico se refería a las “cosas prácticas” y se ocupaba de los “asuntos humanos”, en general⁴¹. Aristóteles habla del saber práctico, cuyo propósito es la acción⁴².

Sin embargo, para el Estagirita, la diferencia entre teoría y práctica no es tajante. “Mucho menos significa tal diferencia que lo práctico excluya a lo teórico y viceversa”. En rigor, explica, “en el ejercicio teórico hay no poco de «práctico», y aunque el fin de la existencia sea la «vida contemplativa» (o «teórica»), ella no parece posible sin la «vida práctica». En todo caso, así como hay «principios teóricos», hay asimismo «principios prácticos»⁴³.

Althusser define la práctica como un “proceso de transformación de una materia prima dada determinada, en un producto determinado, efectuada mediante un trabajo humano determinado, utilizando unos medios (de producción) determinados. Esta definición se aplica, según él, a todas las actividades, económicas en primer lugar, pero también políticas, sociales e incluso intelectuales”⁴⁴.

El término “práctico” tiene varios significados en Manuel Kant. Este filósofo alemán habla de un uso práctico de la razón a diferencia del uso especulativo. “Lo «práctico» no concierne propiamente al conocimiento, sino que concierne a «lo que es posible mediante la libertad». Lo práctico -que es sensiblemente idéntico a «lo moral»- permite ir más allá de los límites de la experiencia posible, a la cual nos confina la crítica de la razón (especulativa). «Práctico» se dice de todo lo que concierne al libre albedrío, como libre albedrío de una voluntad determinada independientemente de impulsos sensibles»⁴⁵. En todo caso, según el mismo Kant, esa voluntad está determinada por la razón. Por tal causa, «habrá que ver de qué modo se puede decir de una razón que es -a diferencia de la «razón teórica»- «razón práctica»⁴⁶.

⁴⁰ KANT, Manuel. *Crítica de la Razón Pura*. Cuarta Edición. Buenos Aires, Editorial Losada, 2 tomos, 1961,

tomo I, p. 147.

⁴¹ FERRATER MORA, José. *Diccionario de Filosofía*. Barcelona, Editorial Ariel S.A., 1994, p. 2867.

⁴² BLÁZQUEZ, Feliciano. *Diccionario de Ciencias Humanas*. Madrid, Editorial Verbo Divino, 1997, p. 387.

⁴³ FERRATER MORA, J., op. cit., p. 2867.

⁴⁴ THINES, Georges y LAMPEREUR, Agnès. *Diccionario General de Ciencias Humanas*. Madrid, Ediciones Cátedra S. A., 1978, p. 714.

⁴⁵ FERRATER MORA, J., op. cit., p. 2867.

⁴⁶ *Ibídem*, p. 2867.

1. Una necesidad apremiante

El desarrollo de las comunicaciones en el siglo XIX fue posible merced al vapor y a la electricidad. “La máquina de vapor está presente en el despegue tecnológico de la prensa de masas de la primera mitad del siglo XIX y la electricidad tomará su relevo. (...) La electricidad llegará a eliminar prácticamente la distancia entre «el hecho» y los centros interesados en su recepción”⁴⁷.

El telégrafo y el teléfono contribuyeron a acortar las distancias; permitieron que los acontecimientos, aún los lejanos, quedaran al alcance de las masas. En esta tarea desempeñaron un rol fundamental las agencias informativas. Una de ellas, la *Associated Press* (AP) fue la primera en emplear la pirámide invertida.

Durante la Guerra de Secesión (1861-1865), los periodistas de esa empresa norteamericana se enfrentaron a la necesidad de dar una salida práctica al problema que para ellos representaba la transmisión de informaciones desde del frente de batalla. Esos hombres actuaron compelidos por el deseo y por la voluntad pura⁴⁸.

Hasta antes de la guerra civil, los periodistas estadounidenses utilizaban el relato cronológico. Sin embargo, en la contienda no les era dado confiar en el telégrafo, porque, dependiendo de las operaciones militares podía quedar fuera de uso en cualquier instante. Cuando un corresponsal lograba acceder al servicio, transmitía un sumario de los hechos -qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué-. Al periodista Melville Stone, de la AP, se le atribuye la creación de la fórmula de las preguntas esenciales. Sin embargo, no se descarta que se inspirara en Johann Amós Comenius (Komensky)⁴⁹. Lo cierto es que cuando subió el telón para dar paso a la tragedia norteamericana, el periodista B. S. Osbon, del *New York World*, hizo un primer despacho de acuerdo a esa modalidad:

“CHARLESTON, 12 de abril. Empezó el baile. La guerra se ha iniciado. Las baterías de la isla de Sullivan, de la isla Morris y de otros puntos abrieron fuego sobre el fuerte Sumter, a las cuatro de la mañana de hoy. El fuerte Sumter ha devuelto el fuego y se ha sostenido un nutrido cañoneo”⁵⁰.

Otro periodista de esos años fue Whitelaw Reid. Su relato de la batalla de Gettysburg, publicado en el *Cincinnati Gazette*, es un ejemplo clásico de reportaje.

⁴⁷ VÁZQUEZ, M., op. cit., p. 155.

⁴⁸ BLÁZQUEZ, F., op. cit., p. 387.

⁴⁹ Jam Ámos Komensky (1592-1670), clérigo y humanista checo, es considerado uno de los creadores de la didáctica. En 1657 publicó su obra *Didáctica Magna*, en la cual sostiene: “presentar una cosa de un modo general al conocimiento es explicar la esencia y accidentes de toda ella. La esencia se explica por las preguntas ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?” (COMENIO, Juan Amós. *Didáctica Magna*. México, Editorial Porrúa, 1971, pp. 113-114).

⁵⁰ EMERY, Edwin. *El Periodismo en los Estados Unidos*. México, Editorial Trillas, 1996, p. 250.

Causó sensación entre el público por cuanto el despacho lo efectuó desde el mismo frente bélico. De ese trabajo resaltan algunos párrafos:

“...Hancock estaba herido; Gibson tomó el mando -soldado avezado-, listo para afrontar la crisis. Cuando la tempestad de fuego llegaba a su máximo, recorrió la línea a todo lo largo y volvió a ordenar a sus hombres que contuviesen su propio fuego. Los rebeldes -en tres filas sucesivas-, avanzaban constantemente. Se hallaban a boca de jarro.

¡Por fin llegó la orden! Tres veces, de seis mil fusiles brotó una llama humeante, un estallido de implacable muerte. La línea literalmente se derritió; pero llegó una segunda, todavía irresistible. Había sido ese nuestro esfuerzo supremo -en ese instante no podíamos resistir otra embestida-. Hasta las trincheras, a través de ellas, sobre las barricadas, el impulso de su carga, la simple fuerza mecánica de su acción combinada, los arrastraba. Nuestra débil línea podía combatir, pero no tenía suficiente peso para oponerse a ese avance. Fue empujada detrás de los cañones. Los rebeldes seguían llegando, hiriendo con bayoneta a los artilleros, ondeando su bandera sobre nuestras piezas.

Pero habían penetrado hasta el punto fatal...”⁵¹.

Emery califica de interesante esa época, la que, en todo caso, concluyó el 14 de abril de 1865. “Lawrence A. Gobright, de la *Associated Press*, se hallaba trabajando en su oficina, ya avanzada la noche. Había enviado sus despachos de prensa acerca de la función teatral con asistencia del Presidente Lincoln, y había informado también que el general Grant se había excusado de asistir a la representación de la obra *Nuestro Primo Norteamericano*, pues tenía el propósito de ir a Nueva Jersey, acompañado por su señora. Abrióse violentamente la puerta y un amigo, muy agitado, entró con la noticia de la tragedia ocurrida en el teatro Ford. Gobright redactó rápidamente un boletín, antes de ponerse a trabajar en la preparación de un extenso relato acerca de lo ocurrido esa noche. Ningún reportero moderno podría haber dado la noticia en forma más sucinta. La entrada decía:

WASHINGTON, viernes 14 de abril. El Presidente fue herido a tiros esta noche, en un teatro, tal vez mortalmente”⁵².

⁵¹ EMERY, E., op. cit., p. 307.

⁵² *Ibidem*, p. 307.

Compárese el lead anterior con otro redactado 80 años después -el 12 de abril de 1945-, por otro periodista de la AP:

“WASHINGTON, 12 de abril. El Presidente Roosevelt murió súbitamente esta tarde”⁵³.

La guerra y el telégrafo causaron cambios en la redacción de las noticias. Los corresponsales temían que, en cualquier momento, se cortaran las líneas telegráficas. Por tal motivo se apresuraban a enviar una entrada o lead con lo más relevante. En seguida, despachaban el resto de la historia. Había, además, una causa económica, pues el uso del telégrafo resultaba muy oneroso. Los reporteros procuraban ahorrar. Para lograrlo eliminaban de sus informes todo adorno, todo cuanto sobrara. Por ejemplo, veamos como el **New York Times** inició uno de sus más importantes artículos de primera plana, publicado el domingo 16 de abril de 1865:

“WASHINGTON, sábado 15 de abril. Andrew Johnson prestó juramento como Presidente de los Estados Unidos, ante el Presidente de la Suprema Corte, Chase, hoy a las once”⁵⁴.

Concluida la contienda entre el norte y el sur, el formato de la pirámide invertida, que había demostrado su eficacia como estructura apropiada para la organización de los antecedentes de una información, se impuso en Estados Unidos y, en seguida, se extendió al mundo occidental.

La experiencia mostró a los corresponsales norteamericanos la cruda realidad de la guerra. No obstante, comprendieron dos cosas: la situación en el frente dificultaba la transmisión de informaciones si se apegaban a las viejas estructuras, y, junto con admitir que esas fórmulas habían periclitado, discurrieron una solución, es decir, advirtieron que las cosas bien podían ser de otro modo. En suma, entendieron el valor de la palabra justa, precisa, libre de todo adorno. Al actuar de tal guisa, sentaron las bases del estilo periodístico informativo.

Los periodistas de la AP introdujeron un cambio; actuaron conscientes de que “todo cambio exige una causa”⁵⁵. El pragmatismo de tales personas se aprecia en el

⁵³ EMERY, E., op. cit., p. 309.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 310.

⁵⁵ KANT, M., op. cit., pp. 148 y 149.

hecho de que al pensamiento unieron la acción⁵⁶.

2. La expansión del Periodismo

El Periodismo, tal cual se presenta en la actualidad, es el resultado de una lenta elaboración. Desde mediados del siglo XIX se puede hablar de la existencia de una prensa de masas.

Con posterioridad a 1850, el Periodismo exhibía logros considerables. Desde luego, logró interesar a todas las clases sociales y se había expandido a todos los países del orbe. Lo más resaltante es que el Periodismo estaba en condiciones de abordar cualquier tema.

Entre 1850 y 1973, se acostumbra a dividir el Periodismo en tres etapas:

1. Periodismo ideológico. Se extiende hasta el fin de la Primera Guerra Mundial. Era un periodismo doctrinal y moralizador, de corte proselitista al servicio de ideologías políticas y religiosas.
2. Periodismo informativo. Hacia 1870 aparece ya como un fenómeno definido. Durante algún tiempo coexiste con el anterior, pero, a contar de 1920 termina por imponerse en todo el mundo occidental. Se trata de un nuevo estilo periodístico que se apoya en los hechos. Deja de lado el comentario. La modalidad literaria predominante es el relato de acontecimientos -lo que los anglosajones denominan *story*- con una gama de especialidades que dan origen a lo que nosotros denominamos géneros periodísticos, a saber: la información, el reportaje y la crónica.
3. Periodismo de explicación. Surge luego de la Segunda Guerra Mundial, especialmente a partir de 1950, cuando la prensa de calidad procura realizar el llamado periodismo de explicación, periodismo en profundidad o periodismo interpretativo. Este tipo de periodismo utiliza equilibradamente el relato y el comentario, pero situándolos en una nueva perspectiva mediante la cual el lector encuentra juicios de valor situados en forma inmediata al lado de la narración objetiva de los hechos⁵⁷.

⁵⁶ Pragmatismo es un concepto con ribetes peyorativos, porque, como doctrina reduccionista plantea como criterio de verdad de un conocimiento o de una idea su fecundidad para la acción y su utilidad. Sin embargo, en un sentido no necesariamente peyorativo, el pragmatismo es una doctrina que afirma la inseparabilidad del pensamiento y la acción y la imposibilidad de reconocer realmente la verdad fuera de su puesta en obra. En un sentido más técnico, según el filósofo norteamericano Charles S. Peirce (1839-1914), el principio fundamental del pragmatismo es el siguiente: "todo juicio teórico en modo indicativo no tiene significación más que en la medida en que es susceptible de ser actualizado en y por una máxima práctica correspondiente, enunciada en condicional o, a lo máximo, en imperativo. Esto significa que el pragmatismo intenta extender a toda la actividad conceptual el método de la verificación experimental, según la cual el contenido inteligible de la experiencia no consiste más que en los efectos que se obtienen de ella" (THINES, G. y LEMPEREUR, A., op. cit., p. 715).

⁵⁷ MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso General de Redacción Periodística*. Barcelona, Editorial Mitre, 1984, pp. 273, 274 y 275.

Las agencias informativas internacionales⁵⁸ proporcionaban servicio a sus clientes en todo el mundo. Pero, los periódicos recurrieron a otros medios para atrapar y mantener la atención de los lectores. Surgieron así los enviados especiales. Uno de los primeros en la historia del periodismo moderno fue Enrique Stanley, un galés nacido en 1841. Emigró a los Estados Unidos y en la Guerra de Secesión participó, primero, por el sur, luego, por el norte. Terminado el conflicto, trabajó en diversos periódicos norteamericanos.

El 16 de octubre de 1869, Stanley se hallaba en París. Su jefe, el propietario y director del **New York Herald**, James Gordon Bennet, hospedado en el Gran Hotel, le citó a una reunión y le ordenó: “¡Tome mil libras esterlinas; cuando se hayan gastado, tome mil libras más, y así sucesivamente; pero encuentre al doctor Livingstone! ¡Buenas tardes!”⁵⁹.

Stanley halló al doctor Livingstone a fines de noviembre de 1871, en el poblado de Ujiji, en la ribera del lago Tanganika. Cuando Stanley le habló de la empresa a la que servía, el misionero le respondió: “¡Quién no conoce ese estúpido periódico!”⁶⁰. Luego de esa presentación, “Livingstone recibió con gratitud a aquel periodista que llegaba para salvarle la vida. Más tarde, Stanley lo describiría en el histórico día de su encuentro: “Cincuenta y siete años, atacado de enfermedades graves, casi sin dientes y muy delgado”. Las provisiones de Stanley repusieron al doctor; ambas personalidades, tan diferentes en carácter, muy pronto fueron excelentes amigos. Livingstone impresionó al joven periodista, hasta el punto de dejar viva huella en él durante toda su vida; Stanley consideró a Livingstone como un santo, un apóstol de Cristo, dotado de inmensa bondad, paciencia y espíritu de sacrificio. El recién llegado se proponía conducir a Livingstone hasta Londres, donde recibiría los cuidados que exigía su estado de salud, pero éste se negó a ello, alegando que no había terminado su tarea”⁶¹.

Stanley regresó a Inglaterra en 1872 y sus relatos causaron viva impresión en el público. No obstante, fue víctima de la envidia y la desconfianza, al extremo que hubo quienes hasta dudaron de la autenticidad de las cartas del doctor⁶². En todo

⁵⁸ Para entonces, funcionaban, entre otras, la Agencia *Havas*, establecida en 1835 por el francés Charles Havas; la *Associated Press*, de los Estados Unidos, fundada en 1848 por los directores de seis periódicos de Nueva York; la *Wolff*, creada en Alemania en 1848 por Wolff y su cuñado Siemens; la *Reuter*, instalada en Londres en 1851 por Julius Reuter.

⁵⁹ David Livingstone nació en Escocia, en 1813. Una vez que se titulara de médico, se dirigió al Africa como misionero. A su regreso fue recibido como un héroe. En 1865 emprendió una nueva travesía por el continente negro. En marzo del año siguiente, pasó de la isla de Zanzíbar al continente africano, empezando su último viaje.

⁶⁰ Lo efectivo es que el **New York Herald** era un periódico sensacionalista, famoso por su falta de discreción, por su falta de escrúpulos y por su vulgaridad.

⁶¹ GRIMBERG, C., op. cit., tomo XXVII, p. 76.

⁶² Stanley fue el último blanco en ver con vida al doctor Livingstone, quien falleció en la noche del 30 de abril al primero de mayo de 1875. Los habitantes de Ujiji sepultaron su corazón a los pies de un gran árbol. El resto del cuerpo fue trasladado a Londres e inhumado en la Abadía de Westminster.

caso, dos personas le creyeron: el dueño del **New York Herald** y el rey de los belgas, Leopoldo II, quien supo encontrar en los artículos del explorador la confirmación de sus aspiraciones colonizadoras.

En Inglaterra, el **Times** mantuvo una hegemonía informativa hasta finales del siglo XIX. La irrupción de las masas y el surgimiento de diarios de gran consumo lo relegan al simple rol de diario oficioso.

Los diarios populares en Gran Bretaña se sucedieron: **The Evening News**, **The Star**, **Daily Mail**, **Daily Mirror**, **Standard**, **Evening Standard**. Alfred Harmsworth, posteriormente conocido como Lord Northcliffe siguió en el **Daily Mail** los pasos del periodismo norteamericano. El rotativo comenzó a circular el cuatro de mayo de 1896. Su esquema respondía a la búsqueda de una prensa informatizadora, variada, sensacional y popular.

Lord Salisbury afirmó que el **Daily Mail** era un diario escrito por oficinistas y a ese mismo crítico se le atribuye haber sostenido que, en verdad, se trataba de un diario para analfabetos. Con el tiempo, tal imputación pareció adquirir fuerza, porque el **Daily Mail** no tardó en incluir la fotografía, sustituyendo los textos. En todo caso, el público se encargó de dar la última palabra, porque la publicación, que en 1896 tiraba 200 mil ejemplares, al cruzar el umbral del siglo XX sobrepasaba el millón⁶³.

La prensa madura como *mass media* entre 1870 y 1914. La radio se convierte en un *mass media* efectivo en pocos años. Se expande la cultura de la imagen en revistas ilustradas y en la prensa diaria misma. La aplicación -a partir de 1870-, de los mecanismos industriales a la prensa, a la radio, al cine y al libro, generarán el fenómeno de la industria informativa y de la industria cultural.

El marco urbano propició la necesidad y satisfacción de la información impresa. La ciudad se convierte en el mercado de toda clase de mensajes. Además del rol comunicacional, la ciudad es como un inmenso mural donde la persuasión comercial escribe sus mejores páginas publicitarias. La publicidad era considerada desde un punto de vista sencillo, esto es, si era elegante, o no⁶⁴.

De hecho, ya a comienzos del siglo XX, la publicidad era una pieza clave en la supervivencia de las publicaciones. Ese papel se incremento en la prensa y luego se extendió a los restantes medios audiovisuales. "La publicidad fue el primer *mass media* rico que se permitió dedicar parte del excedente de sus beneficios al perfeccionamiento de su instrumental"⁶⁵.

⁶³ VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 178 y 179.

⁶⁴ *Ibidem*, pp. 186, 187 y 188.

⁶⁵ *Ibidem*, p. 190.

Hasta tal punto desarrolló la publicidad un conocimiento de su propio instrumental que su teoría y tecnología influyeron en forma decisiva en la propaganda política a partir de los años veinte de la centuria pasada. Nació, entonces, la reflexión teórica acerca de la comunicación persuasora o, si se quiere, propagandista en grado sumo al servicio del primer enfrentamiento radical y generalizado entre capitalismo y marxismo, como consecuencia de la revolución bolchevique.

Cuando el tiempo dobla la curva del siglo XIX y entra en el siguiente, el periodismo de masas ya era una realidad merced al desarrollo de inventos que permitieron la rápida y barata multiplicación de los diarios, de manera que pudiera adquirirlos el grueso público. Uno de tales adelantos dice relación con las prensas de imprimir. El paso decisivo para aumentar la velocidad de la impresión lo representa la rotativa⁶⁶, elemento fundamental en el desarrollo del Periodismo moderno⁶⁷.

A pesar de la velocidad de impresión que llegaron a adquirir los grandes periódicos de Europa y los Estados Unidos, la composición se mantenía sin variaciones desde los tiempos de Gutenberg. Esta situación cambió en 1887. Ese año apareció en el mercado una máquina revolucionaria -la *Linotipia*-. Vázquez destaca que con ese invento, debido al genio de un alemán naturalizado en los Estados Unidos, Ottmar Mergenthaler, la cultura impresa dio el segundo paso más importante de su trayectoria desde el tipo móvil de Gutenberg⁶⁸.

⁶⁶ En 1863, el inventor norteamericano William Bullock obtiene una patente para la primera prensa rotativa destinada a la impresión de libros sobre papel continuo. Su máquina era capaz de imprimir en una hora 16 kilómetros de papel por ambas caras. La primera patente referida a una prensa rotativa la logró en 1845 el estadounidense Richard Hoe. Tres años después, el diario londinense **The Times** empleaba ya una máquina de este tipo construida por Applegath and Cowper. Sin embargo, imprimía sólo hojas sueltas. El modelo construido por Bullock fue imitado vastamente en los años posteriores. En los Estados Unidos, en 1865, funcionaba en el **Philadelphia Inquirer** una rotativa construida de acuerdo a sus planos. Hacia finales de los años 80 del siglo XIX, las máquinas de Bullock fueron equipadas con dispositivos automáticos de plegado y de corte de papel. (*Crónica de la Técnica*. Barcelona, Plaza y Janés Editores, 1989, p. 362).

⁶⁷ En el sistema tipográfico, toda composición, ya sea manual o mecánica, siempre es plana. En consecuencia, hay que adaptarla al uso de prensas rotativas. Esta adaptación se denomina *estereotipia*. Se trata de una técnica inventada en Leiden, en 1710, por el holandés J. Van der Meg y el alemán Johannes Müller (Ibídem, p. 184). La composición se hace en forma habitual, se compagina e impone en una rama, lo mismo que si estuviera destinada a la impresión plana. Una vez acuñada, la forma se cubre con una hoja de cartón especial y se hace pasar por una calandria, prensa a rodillos de formidable presión. De esta especie de laminadora emerge la forma con el cartón estampado en profundidad. Un cartón así preparado representa lo mismo que una matriz, la matriz de una página entera. Se llama, efecto, "matriz" o "flan". La matriz de cartón se coloca en un molde cilíndrico que se inyecta de metal a presión. El resultado es una plancha semicilíndrica que, en su cara convexa, lleva una página de composición en relieve y al revés, tal como el tipo original. En la jerga gráfica su nombre es "teja". La teja se asegura sobre el cilindro impresor de la rotativa, en el cual ocupa la mitad de su circunferencia. Dos tejas completan el círculo. Los espacios entre los bordes opuestos de las tejas son los márgenes de cabeza y de pie del diario (**AMSTER, Mauricio**. *Técnica Gráfica*. Quinta edición aumentada. Santiago, Chile, Editorial Universitaria S. A., 1966, p.149).

⁶⁸ Ottmar Mergenthaler nació en Alemania en 1854. En 1875 emigró a los Estados Unidos. Relojero de profesión, en 1878 empezó a trabajar en una máquina que facilitara la composición tipográfica, hasta entonces efectuada a mano, como en los tiempos de Gutenberg. Sus primeros modelos aparecieron en 1887. A fines del siglo XIX, había ya en funcionamiento más de siete mil. Mergenthaler abandonó el tipo móvil y lo sustituyó por la composición en líneas sólidas, de lo cual deriva el nombre *Linotype*, line of tipe, línea de tipos. Mergenthaler falleció en 1899 (Ibídem, p. 115).

3. La noticia como mercancía

Las agencias informativas internacionales se dividieron el mundo. La norteamericana (*Associated Press*), la inglesa (*Reuter*), la francesa (*Havas*)⁶⁹ y la alemana (*Wolff*) hicieron coincidir sus respectivas zonas de influencia política con la de los imperios en que se hallaban situadas. Una conferencia internacional celebrada en 1870 dividió el mundo en zonas de influencia imperial adecuadas a los intereses expansionistas de las cuatro grandes potencias del momento; al mismo tiempo, las agencias internacionales representativas también se repartieron las fuentes noticiosas y los mercados.

La *Reuter* se aseguró el Africa inglesa, la India y algunos países de la América del Sur de clara influencia británica (Argentina y Chile); Francia hizo lo propio fijando su imperio informativo a través de la *Havas* en Africa, Extremo Oriente y países europeos supeditados, como es el caso de España; la *Associated Press* se aseguró, además de los Estados Unidos casi toda la América Latina, y la *Wolff* extendió su poder informativo a Oceanía y Africa. Sin embargo, lo cierto es que “la coincidencia entre áreas de influencia político-económica y áreas de influencia informativa, propició que, desde un principio, las agencias tuvieran una política informativa supeditada a los intereses de estado... (...). Durante toda su existencia, la verdad de la *Reuter* era la verdad del Imperio Británico, la de la *Havas* era la del Estado Francés, la de la *Wolff* era la del Estado Alemán y la de las americanas traducía el interés de los grupos de presión ligados en la vida y en la muerte, en la pobreza y en la enfermedad con las razones de un estado hecho a su medida”⁷⁰.

Contra tal realidad se rebeló E. W. Scripps, quien en 1907 fundó una nueva agencia informativa, la *United Press* (UP). Este empresario norteamericano cayó en la cuenta de que en el mundo había una cada vez mayor necesidad de información. Al revés de muchos, que viendo se abstienen de pasar a la acción, él puso manos a la obra.

Lo primero que hizo fue declarar que la noticia era, simplemente, una mercancía y que en razón de esa verdad ineluctable, podía ser reunida, transada y vendida en un mercado abierto. Convencido de la validez de su postura, se lanzó a la lucha y retó a los servicios ya establecidos, principalmente, los de la AP.

“Con su política de independencia completa y suministro de servicio a todo aquel que se interesara en él, la *United Press* envió sus propios reporteros, preparados en los Estados Unidos, a las capitales del extranjero, para que informaran acerca de los sucesos, independientemente de las agencias extranjeras (no norteamericanas).

⁶⁹ Esta agencia se mantendrá en vigencia hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial. Sus ejecutivos fueron acusados de colaborar con el enemigo durante la ocupación de Francia por las tropas de la Alemania nazi. En lugar de ella, se creó la Agence France Presse (AFP), de propiedad estatal.

⁷⁰ VÁZQUEZ, M., op. cit., pp. 183-184.

Desde un principio distribuyó sus noticias sobre una base no exclusiva, lo que resultó ser un poderoso estimulante para la industria periodística”.

La competencia entre la AP y la UP dio resultados positivos, básicamente, porque aseguró la exactitud. “Ningún servicio de noticias envía deliberadamente un relato inexacto, pues sabe que los pormenores serán comparados con los del relato que envíe otro servicio rival”. Además, la competencia aseguró la información completa. “No se da el caso de que dos reporteros o corresponsales cubran el mismo acontecimiento de manera idéntica. Por lo tanto, cada información procedente de esos grandes servicios informativos contiene datos propios. El conjunto forma una información razonablemente completa. Por eso, los periódicos más importantes son suscriptores de varios servicios informativos”⁷¹.

La competencia entre las agencias norteamericanas también contribuyó, en forma notable, a la formulación de un estilo apropiado para la noticia cablegráfica.

En sus inicios, la AP se caracterizaba por un estilo exacto y correcto, pero cansador. En cambio, la UP se preocupó de dar vigor y brillo a sus despachos. En 1958, la *United Press* se fusionó con la *International News Service* (INS), empresa fundada en 1909 por William Randolph Hearst, dando origen a la *United Press International* (UPI).

4. El lenguaje periodístico

A lo largo de su Historia, el Periodismo estructuró, paso a paso, un lenguaje muy peculiar. En ese sentido, el lenguaje periodístico representa, sin duda, una de las mayores aportaciones del Periodismo al desarrollo de la cultura. En el presente, el lenguaje periodístico se plasma en dos formas expresivas: los estilos periodísticos y los géneros periodísticos.

El profesor Fernando Lázaro Carreter define el estilo como “el conjunto de rasgos de ideación y de expresión propios de una época, un género o una persona”. Al abordar lo atinente al estilo periodístico, el académico español hace referencia a caracteres de ideación y expresión de un género, pero frente a los demás géneros. Así, a su juicio, un periodista, un poeta o un novelista pueden tener su estilo propio, aunque dentro del género que cultivan⁷².

Los supuestos teóricos indicados permiten afirmar que el lenguaje periodístico constituye un estilo literario específico. En él confluyen factores como la tradición, la personalidad de quien escribe y las exigencias o expectativas del destinatario. Sin duda que el último es el más importante, porque los periodistas escriben para que sus textos sean comprendidos en forma rápida y eficaz. “El objetivo del

⁷¹ BOND, Fraser. *Introducción al Periodismo*. México, Editorial Limusa, 1974, p. 185.

⁷² MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 180 (C.F.) LAZARO CARRETER, Fernando. *Lengua Española: Historia, Teoría y Práctica*. Salamanca, 1982, tomo II, p. 178.

estilo periodístico es, simplemente, captar al lector, interesarle en la lectura, retenerlo por la eficacia de la forma y no soltarlo hasta que esté dicho lo que había que decir”⁷³.

Según Martínez Albertos, el lenguaje periodístico reúne todas las características que lo acreditan como un estilo literario peculiar, “caracterizado por los fines informativos que persigue -la transmisión de noticias- y la exigencia o expectativa del destinatario. (...) El lenguaje periodístico, en efecto, debe ser caracterizado como un hecho lingüístico *sui generis* que busca un grado de comunicación muy peculiar...”⁷⁴.

Por cierto que la integración de este lenguaje apropiado a la transmisión de noticias requirió de un extenso período de desarrollo. Dado que la radio y la televisión son medios de comunicación de masas que se impusieron en el curso del siglo XX, los primeros esfuerzos para lograr una herramienta eficaz fue tarea de los periodistas de medios escritos.

El filósofo alemán Friedrich Nietzsche se expresaba despectivamente del lenguaje periodístico utilizado por sus compatriotas. Solía decir que se trataba de un “alemán de marranos”. “El lenguaje periodístico -manifiesta Gonzalo Martín Vivaldino es «académicamente» perfecto, sobre todo en la redacción apresurada de la información, pero no es tan vituperable como para llamarlo idioma de «marranos»”⁷⁵.

A pesar de las declaraciones contrarias, existe algo irredargüible, cual es que el lenguaje periodístico es acción, sensibilidad, reflexión, ponderación y, también, hipérbole. En suma, el lenguaje periodístico “es tan vario como la vida misma. Son los hechos quienes hablan, a través de las palabras. Y los hechos exigen un tratamiento especial de la lengua como medio de expresión. (...) De ahí que el lenguaje periodístico, en ocasiones, se convierta en un lenguaje visual; de ahí la frase corta, seca, tajante a veces; de ahí el abuso de los dos puntos, de las comillas, de todos los procedimientos expresivos capaces de crear lo que podríamos llamar la «frase-impacto», es decir, la frase que más directamente llega a la sensibilidad -al pensamiento- del lector. (...) ...el periódico no elude el razonamiento. Antes bien, lo busca; pero las más de las veces, no por medio del discurso razonado, sino del hecho vívido -porque vívido”⁷⁶.

Martínez Albertos dice que el lenguaje escrito es el habla en transcripción gráfica, con lo cual quiere significar que el Periodismo escrito utiliza “un lenguaje mixto”, es decir, uno integrado por diferentes lenguajes simples. “O dicho de otra

⁷³ DOVIFAT, Emil. *Periodismo*. México, Editorial Eteha, dos tomos, 1959, tomo I, p. 123.

⁷⁴ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 181.

⁷⁵ MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. *Géneros Periodísticos*. Madrid, Editorial Paraninfo, 1981, p. 24.

⁷⁶ *Ibidem*, p. 25.

manera, es un lenguaje que insta al receptor a poner en funcionamiento más de una capacidad cognoscitiva, que le obliga a adecuar su entendimiento a una pluralidad de modos comunicativos por la vía intelectual. La exposición del receptor al mensaje se hace utilizando una sola vía sensorial, un solo sentido: en este caso, la vista”⁷⁷.

Cuando Martínez Albertos entra en el análisis del lenguaje periodístico en su dignidad lingüística, asevera que se trata de “un lenguaje no-litera, próximo a las hablas de los sectores cultos de una determinada comunidad de hablantes y que, en sus manifestaciones habituales, se apoya de modo cuantitativamente importante en oraciones de construcción nominal”⁷⁸.

Otra característica sobresaliente del lenguaje periodístico la constituye “la variedad de vocabulario, de los giros y de las construcciones gramaticales”⁷⁹.

Este lenguaje tan especial han empleado los periodistas para desarrollar los estilos periodísticos y los géneros periodísticos:

a) Los estilos periodísticos.

Dovifat habla de tres estilos periodísticos: el informativo, el de opinión o editorializante y el estilo ameno.

El estilo informativo busca enterar a la masa de lectores, transmitiéndoles datos con ánimo objetivo. De este estilo arrancan los rasgos diferenciales del lenguaje periodístico, cuyas notas distintivas son la claridad, la concisión y una estructura que capte la atención del lector, correspondiendo la última a la ya mencionada pirámide invertida⁸⁰.

El estilo de opinión pretende orientar el juicio del receptor, con cierto grado de intencionalidad proyectada subjetivamente en el mensaje. El estilo editorial tuvo en la Retórica tradicional un conjunto de normas formales de gran eficacia para persuadir o conmover el ánimo de los lectores. De las partes de la Retórica Clásica, fue la *elocutio* el principal campo de batalla en que se tuvo que abrir paso el nuevo lenguaje. Este estilo enjuicia e interpreta las noticias. Quienes lo ejercen se atienen a la orientación ideológica de la publicación.

La finalidad del estilo ameno o folletinista es difundir los valores culturales,

⁷⁷ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 188.

⁷⁸ *Ibidem*, pp. 191-192.

⁷⁹ MARTÍN VIVALDI, G., op. cit., pp. 25-26 (C.F.) STEEL, Brian. *Los estilos funcionales y la enseñanza del idioma*. Madrid, Revista ESPAÑOL ACTUAL, Ofines.

⁸⁰ Para muchos la técnica de la pirámide invertida ya ha quedado en el pasado. No hay, en todo caso, una certeza de que sea así. La pirámide invertida constituyó un artificio profesional que dio sobradas muestras de eficacia y de gran utilidad en la transmisión de hechos. Martínez Albertos sostiene que la captación del interés del lector “no se consigue simplemente por acogerse a la técnica de la pirámide invertida. Hay que valorar otros factores que intervienen en la tarea «cautivadora»: la descripción realista y viva, la riqueza y variedad del vocabulario, el empleo colorista y ágil del léxico, la propia y genuina experiencia del escritor y su capacidad de observación” (MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 201).

para lo cual reproduce obras literarias. Se aprecia, pues, que sus fines distan mucho de ser informativos.

b) Los géneros periodísticos

La otra forma expresiva peculiar de la comunicación periodística está constituida por los géneros periodísticos, “modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos”⁸¹.

Desde mediados del siglo XIX, las actitudes psicológicas tolerables en un comunicador periodístico eran tan solo la información y la opinión. El mencionado esquema toleraba dos géneros periodísticos: el relato de hechos y el juicio de opinión (*story* y *comment* de los anglosajones, respectivamente).

El panorama cambió. A las dos actitudes psicológicas básicas se añadió la interpretación. Surgió una nueva formulación de fines y de actitudes en el trabajo periodístico: *la información, la interpretación y el comentario*.

Hay, pues, tres maneras de tratar la noticia: la información, la opinión o comentario y la interpretación.

Si nos atenemos a los estilos clásicos *-story* y *comment-*, hay géneros periodísticos apropiados para el relato de hechos y otros adecuados al comentario, a los cuales habría que adicionar los a propósito para la interpretación.

Los géneros indicados para la narración objetiva de sucesos son la información, el reportaje (la entrevista y la encuesta son modalidades del reportaje) y la crónica; para la opinión, el artículo o comentario, y para la interpretación, el reportaje en profundidad y la crónica interpretativa.

Cada género tiene su propia técnica de trabajo y llegar a dominarlas “es uno de los cometidos más importantes en la formación profesional de los periodistas”⁸².

5. El periodismo interpretativo

En la información de actualidad importa la rapidez en la transmisión de la noticia. Ahora interesa la noticia interpretada en forma clara, con una apropiada exposición de sus antecedentes y repercusiones futuras, cuidando de no invadir el terreno de los hechos comprobables. Lo que se plantea es un problema moral. “Pero, la teoría de la responsabilidad social y el periodismo de explicación o interpretativo carecen de significación si no son situados dentro de un contexto ético”⁸³.

⁸¹ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 217.

⁸² *Ibidem*, p. 278.

⁸³ *Ibidem*, p. 284.

La interpretación pertenece al mundo del relato y en tal caso el reportero interpretativo explica, mientras que los editorialistas y columnistas abogan. Sin embargo, no es factible precisar, inequívocamente, los límites de la interpretación de la opinión, porque los géneros apropiados a la interpretación constituyen verdaderos géneros híbridos, fronterizos entre la información y la opinión⁸⁴.

La profundidad en un reportaje o en una crónica dependerá de la capacidad del periodista para ahondar en los hechos. La interpretación requiere de un gran periodista, porque, en definitiva, su profundidad y calidad interpretativa están íntimamente relacionado con lo que en filosofía se llama “estimativa”, es decir, la capacidad para captar o detectar los valores profundos y significativos del mundo y de las cosas, del ser humano y del acontecer humano. Un gran periodista es, en última instancia, un gran observador, un catador de esencias vitales, un hombre de gusto, de paladar; un hombre culto, un conocedor de los hombres, de la vida y, lógicamente, un gran escritor. En este punto conviene adicionar que “la grandeza de un escritor se mide por el grado de universalidad que es capaz de dar a los hechos que sustentan la trama de su relato” y, además, porque es y debe ser, “nada menos que todo un hombre” -de acuerdo a la expresión de Miguel de Unamuno-; así, su trabajo llevará siempre la impronta de su autor, porque, en definitiva, el estilo es el hombre mismo⁸⁵.

a) Orígenes del reportaje interpretativo

Poco antes de los años 40, en Estados Unidos se hablaba del *Interpretative Reporting*. En Europa, Fernando Terrou y otros especialistas se referían al *periodismo de explicación*. Hacia 1958, un equipo de estudiosos de la Universidad norteamericana de Syracuse acuñó el concepto de reportaje en profundidad⁸⁶.

El reportaje interpretativo es una variante del llamado Nuevo Periodismo. En lo que los norteamericanos llaman *Depth Reporting*, coincidente con la *presse d'explication* de los franceses, suelen incluirse tres modalidades de este periodismo profundo o de explicación: el *interpretative journalism*, el *investigative journalism* y el *precision journalism*.

El nuevo periodismo comenzó a estudiarse en los años 70, mientras que el *interpretative reporting* figuraba en los manuales de enseñanza del Periodismo de las escuelas y facultades universitarias de los Estados Unidos por lo menos desde 1938.

“Curtis MacDougall publicó en 1938 un texto que hoy es clásico en los centros de enseñanza del periodismo en Estados Unidos con el título *Interpretative*

⁸⁴ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 289.

⁸⁵ MARTÍN VIVALDI, G., op. cit., p. 91.

⁸⁶ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 218.

Reporting, aunque en realidad este libro fue una edición renovada de un texto anterior -*Reporting for Beginners*, de 1932-. En 1953, el *International Press Institute* (I.I.P.) mantuvo en Londres unas acaloradas discusiones en torno al tema del periodismo interpretativo, debate fielmente recogido en los *Cahiers de l'IIP* de este mismo año (número dos). Un lustro después, Fernando Terrou, director de *Etudes de Presse*, revista del Institut Français de la Presse, anunció para Europa la progresiva transformación de la prensa de información en prensa de explicación “que es sin duda el futuro de la prensa” (1958). Los primeros textos sobre el *New Journalism* no aparecen, sin embargo, hasta la década de los 70: Michael Johnson (1971), Tom Wolfe (1973), Everette Dennis y William Rivers (1974)⁸⁷.

Cuando este modelo formal de trabajo en periodismo escrito era ya un adulto de más de 35 años, el reportaje interpretativo se convirtió en una de las piedras angulares y básicas del nuevo periodismo.

En la aparición del *interpretative reporting* desempeñó un rol vital la aparición de la revista **Time**⁸⁸, el semanario de noticias ideado por Henry Luce y Briton Hadden en 1923 con el objeto de ofrecer a los lectores norteamericanos un resumen legible y coherente de las noticias nacionales e internacionales.

b) Un proyecto audaz

Luce y Hadden difundieron los alcances de su proyecto en 1922. Lo hicieron en un folleto en el cual sentaron los lineamientos de una muy precisa teoría de la noticia:

“Aunque el periodismo diario se ha desarrollado en el más alto grado en Estados Unidos que en ningún otros país del mundo.

Aunque los extranjeros se maravillan ante la excelencia de nuestros periódicos, **World's Work, Century, Literary Digest, Outlook**, y otros.

La gente en nuestro país -en su gran mayoría- está pobremente informada.

Esto no es defecto de los diarios; ellos publican todas las noticias.

Tampoco es culpa de las “revistas” semanales; ellas desarrollan y comentan adecuadamente las noticias.

Decir, un tanto cínicamente, que esto es culpa de la propia gente, es eludir el problema.

La gente está mal informada Porque Ninguna Publicación se ha Adaptado al Tiempo que la Mayoría de las Personas Ocupadas Puede Gastar Simplemente Para Mantenerse Informadas.

⁸⁷ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 343.

⁸⁸ Luce y Hadden, en un principio, para su revista escogieron el nombre de **Facts**; luego, lo mudaron por el de **Time**.

Facts (Time) es un semanario de noticias destinado a servir la moderna necesidad de mantener informada a la gente, creado sobre la base de un nuevo principio de Completa Organización.

Facts (Time) está interesado no tanto en la cantidad de material que incluye entre su tapa y la contraportada, sino en Cuánto de ese Material en su Páginas Llega a la Mente de sus Lectores”⁸⁹.

En esa explicación figuran dos factores de extraordinaria importancia para la evolución posterior del modelo: una completa organización del trabajo de redacción al servicio de una muy precisa concepción teórica de la noticia, y una preocupación total y absorbente por el laconismo expresivo.

El estilo del **Time** o *Timestyle* no es sólo el nuevo lenguaje periodístico conocido como reportaje interpretativo. En la actualidad, es particularmente destacado en los medios profesionales del periodismo mundial por el conjunto de excentricidades estilísticas que a lo largo de su desarrollo fue incorporando a los resúmenes informativos que aparecían en sus páginas.

Diversos factores contribuyeron al surgimiento del argot o *slang* peculiar del **Time**. Entre otros sobresalen la obsesión de Luce y Hadden “por evitar ante el lector cualquiera semejanza o recordatorio entre el texto de **Time** y el texto de los trabajos de aquellos periódicos que habían servido como fuente para los resúmenes”⁹⁰.

El secreto de Luce y Hadden reside en lo que Santibáñez destaca como “la prolija organización de todo el material periodístico en secciones, casi siempre fijas, pero sujetas a cambios, ediciones y desapariciones. Sería un error, sin embargo, creer que el término organización se aplica exclusivamente a la división del material periodístico en secciones. La importancia del experimento desarrollado inicialmente por **Time** debe entenderse, a nuestro juicio, en que incluye, también, una nueva organización de la forma como se elabora cada crónica, hasta su redacción final”⁹¹.

Como primera medida, rompieron con la pirámide invertida; en seguida, comenzaron su particular revolución lingüística convirtiendo sustantivos en verbos, resucitando arcaísmos de la lengua inglesa, creando palabras nuevas por la fusión de dos o más palabras de uso habitual, invirtiendo el orden lógico de las oraciones, etc. Todo ello redundo en un estilo “absolutamente singular, agudo y brillante, y alcanzó una de las mayores virtudes que deben ser tenidas en cuenta en un habla periodística: una fresca comprensibilidad de los conceptos”⁹².

⁸⁹ SANTIBÁÑEZ, Abraham. *Periodismo Interpretativo*. Segunda edición actualizada. Santiago, Chile, Editorial Andrés Bello, 1995, pp.34-35.

⁹⁰ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 347.

⁹¹ SANTIBÁÑEZ, A., op. cit., p. 35.

⁹² MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., pp. 347-348.

Time dio una nueva dimensión al concepto de objetividad. “El resultado inmediato es que el texto periodístico así condicionado tiende a ser el reflejo del punto de vista de un concreto equipo de comunicadores públicos -los periodistas- en lugar del relato fiel y puntual de unos acontecimientos”⁹³.

Lo señalado es, en esencia la interpretación periodística como actitud profesional.

Junto con dejar de lado la estructura tradicional, **Time** implantó otra fórmula:

c) **La fórmula Time**

Los diarios incluyen reportajes interpretativos; pero es en las revistas en donde este género periodístico alcanza su mayor desarrollo. Un relato interpretativo comprende tres fases:

- **Lead:** punto de vista o tesis editorial. El reportaje interpretativo desestima la pirámide invertida, para arrancar con un planteamiento agresivo. Hay un punto de vista inicial en el relato que es la piedra angular de todo el trabajo. Normalmente, este juicio de valor que se sitúa en el arranque del texto debe ser una tesis editorial compartida por el conjunto de personas que intervienen en la elaboración de esa sección o páginas del semanario.
- **Cuerpo del reportaje:** exposición de datos. Esta sección del reportaje interpretativo está constituido por un montón de ladrillos, es decir, “una acumulación de hechos, afirmaciones, opiniones de entrevistados, y todo el producto de una labor de reporterismo e investigación, ordenados en la misma secuencia lógica que se planteó en el encabezamiento”. La finalidad de esta parte del relato es reforzar la argumentación expuesta en el lead. Resulta de gran importancia, por lo tanto, el orden lógico utilizado para la colocación de los sucesivos ladrillos. Conviene un cierto paralelismo entre la distribución y ordenamiento de los datos del cuerpo y el orden expositivo del párrafo o párrafos que constituyen el lead.
- **Conclusión:** refuerzo del punto de vista original. La conclusión del reportaje interpretativo torna a conectar directamente con la tesis del arranque. “Hay que volver a reafirmar, de una manera explícita -mediante una cita, un hecho o una estadística- el planteamiento que ha desencadenado todo el reportaje interpretativo. Y de este modo, el punto de vista editorial vuelve a quedar consolidado de manera inequívoca de principio a fin”⁹⁴.

⁹³ MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 348

⁹⁴ *Ibidem*, pp. 350, 351 y 352.

IV. LA TEORIA

La expansión del Periodismo en el siglo XIX se debió al incremento de la población urbana; a la adopción de fórmulas destinadas a la captación de las masas de lectores, y al desarrollo tecnológico.

Vázquez habla de una generalización mundial del crecimiento de la lectura de prensa⁹⁵. En Europa, únicamente España aparecía marginada de esa realidad. “Esta situación será quebrantada en 1902, cuando nazca el diario **ABC** impulsado por un fabricante de jabones, Torcuato Luca de Tena, quien en Alemania vio cómo se hacían los diarios del naciente siglo XX”⁹⁶.

Para asegurarse a los lectores, los diarios recurrieron al sensacionalismo, en tanto que las revistas, a la ilustración, con lo cual la imagen adquirió un rol fundamental en la comunicación de masas. Ese periodismo sensacionalista adopta un nuevo formato, el *tabloide*⁹⁷ y manipula los códigos del Periodismo escrito e influye en el receptor, para lo cual agranda -más bien agiganta- los titulares, de manera que más que leerlos, solo los vea. La estructura de la pirámide invertida facilitaba la lectura, pues para quien dispusiera de poco tiempo, le era posible enterarse de la noticia limitándose a los primeros párrafos, y aún al primero.

Para el fin del siglo XIX, la prensa de masas era una realidad. La revolución Industrial permitió satisfacer el deseo de lectura de masas siempre crecientes. Los costos se redujeron cada vez más, colocando los periódicos al alcance de los consumidores por tan solo unos centavos. Samuel Morse⁹⁸ y Alexander Graham Bell⁹⁹

⁹⁵ Los destinatarios de la industria comunicacional del siglo XX se forjaron gracias a la concatenación de múltiples factores, entre los cuales Dan Lacy resalta “la aceptación de la responsabilidad pública de la lucha contra el analfabetismo, planteada desde mediados de la centuria anterior; la aplicación de la energía del vapor al proceso de elaboración mecánica de la prensa e imprenta; la experimentación de nuevos métodos -más baratos- para la obtención del papel; la difusión cultural mediante vulgarización de los grandes temas producidos en publicaciones impresas, y la creación de bibliotecas nacionales, locales, institucionales, etc”. También destaca el avance de la telegrafía y la distribución de diarios mediante el ferrocarril (VÁZQUEZ, M., op. cit., p. 206 (C.F.) **LACY, Dan**. *Problemas y perspectivas de la Comunicación de Masas*, Editorial Troquel).

⁹⁶ *Ibíd.*, p. 179.

⁹⁷ El formato tabloide, de tamaño reducido, resultaba cómodo para quienes gustaban de leer en los medios de transportes. Se caracterizaba, además, porque sus páginas se colmaban de fotografías y de textos sobre toda suerte de escándalos. Los primeros tabloides circularon en Inglaterra. No obstante, los propietarios del **Chicago Tribune** pusieron en el mercado el primer tabloide exitoso en el mundo, el **Daily News**, en 1919. Este diario, en 1930 tiraba 1.500.000 ejemplares al día, seguido muy de lejos en Inglaterra por el **Daily Mirror** y el **Evening Graphic**. Por esta época, en 1923, Dewitt Wallace inaugura el **Reader's Digest**, “una herramienta condensadora de libros”, según Wallace. Sin embargo, esa publicación no hace otra cosa que falsificar “la significación concientizadora, emancipadora que había tenido el libro”, hasta entonces (*Ibíd.*, p. 203 y 204).

⁹⁸ Inventor norteamericano (1797-1872). Ideó un telégrafo eléctrico y el alfabeto o código de señales que lleva su nombre. En 1837 realizó las primeras pruebas. En 1844 estableció la primera línea telegráfica entre Baltimore y Washington.

⁹⁹ Científico estadounidense de origen británico, inventor del teléfono (1847-1922). Lo patentó en Boston, en 1877.

fueron los primeros en poner en contacto a públicos distantes; gracias a ellos, para establecer relaciones, las personas ya no requerían estar hombro a hombro. Podían conectarse a través de ese instrumento sutil que son las comunicaciones; desde entonces, el mundo no cesó de empequeñecerse.

Llega el momento en que la gente, además de la exposición de los sucesos, desea que los mismos les sean explicados. En 1922 surge, para atender a esa exigencia, la revista **Time**. Dos años antes, en los Estados Unidos debuta la radio.

Con la radio, el público dispuso, entonces, de un medio rápido para la información y su explicación la asumieron Luce y Hadden.

La radio, primero, y la televisión, después, concluyeron con el monopolio social del periódico¹⁰⁰. Incontables industrias y servicios dependieron del periódico para su publicidad.

Anthony Smith, en un extenso análisis, aborda el tema relativo al diario, a la pugna que ha sostenido con el propósito de sobrevivir al embate de la radio y la televisión. Al respecto expresa que con la aparición de esos medios “quienes ya estaban enfrentaron a los recién venidos con espíritu de combatividad que fue disfrazado de indiferencia”.

Los diarios encararon diversos problemas “que desafiaron toda su definición de sí mismo, durante las décadas de 1960 y 1970”. En ese período, la radio y la televisión consiguieron afirmarse en todas las sociedades democráticas occidentales. Para enfrentar el reto, los propietarios de diarios se organizaron en grandes cadenas. La unión les permitió reducir sus costos, los que habían experimentado un fuerte incremento, al extremo de que “muchos predijeron el cese total de ese medio de comunicación”, pues la televisión daba las noticias, en forma instantánea y visual, a un público masivo; las revistas aportaban una información más detallada para quienes realmente la quisieran. “Sin embargo, en la década de 1970, y pese a grandes crisis financieras e industriales, el periódico volvió a surgir”. Lo hizo luciendo una tecnología nueva y electrónica, una nueva visión de sus propios papeles sociales, más una cantidad de otros cometidos a desempeñar. En Estados Unidos el diario se hizo sumamente lucrativo.

“Si se arroja la mirada sobre la historia de este medio de comunicación (...), se

¹⁰⁰El ferrocarril disfrutó del mismo monopolio, hasta la aparición del automóvil y del avión. Las empresas e industrias dependían del ferrocarril para el transporte de productos y personas. Sin embargo, ese medio de transporte participó en la distribución de los diarios y revistas, asegurando su recepción en puntos lejanos, y contribuyendo a la conformación de las masas receptoras del mensaje periodístico.

advertirá la reunión constante y gradual de diferentes tipos de información dentro de una sola forma. El periódico se ha hecho cada vez mayor como reacción ante la creciente variedad de gustos y de intereses dentro de su público. Al cabo de tres siglos y medio, este proceso está llegando a su culminación, y las próximas etapas tecnológicas en la historia del periódico y en la de los recursos de la comunicación en general llevarán a prescindir de algunas formas de la información en el periódico y a la transmisión de esas formas a los lectores mediante otros cauces”.

El periódico no podrá retener por mucho más tiempo su monopolio de la información general impresa, por cuanto “ya ha perdido su monopolio sobre la noticia misma, frente a la radio y a la televisión. Los nuevos sistemas de *teletexto* o de *videotex* asumirán gradualmente algunas de las tareas tradicionales del periódico”.

En el siglo XX dispusimos de sistemas de información (en radio y televisión tanto como en medios impresos) que aportaron su material a grandes masas sociales. Las nuevas tecnologías basadas en la computadora, ofrecen al individuo la oportunidad de integrarse en grupos minúsculos que seleccionan la información de acuerdo con preferencias pormenorizadas.

“Hoy se está produciendo una fascinante inversión cultural: al individuo se le ofrece, en grado cada vez mayor, un acceso a la totalidad de la información. En una civilización industrial como la nuestra, se ha hecho habitual marcar el desarrollo de la humanidad apoyándose en la aparición de la rueda, de la máquina de vapor, de la energía atómica. En una «sociedad posindustrial», en una «economía del conocimiento» o en una «economía de la información» -para utilizar los términos empleados respectivamente por Daniel Bell, Fritz Machlup y Marc Porat-, se hace quizás más válido utilizar las técnicas de la comunicación como símbolos limítrofes de las épocas anteriores. El paso desde la piedra grabada al papiro y a la escritura manual señaló nuevas líneas de pensamiento y de organización social. El paso desde la sociedad de escribas a la imprenta cambió todo el foco del conocimiento para el Occidente y creó nuevos focos de información dentro de la sociedad. La transición del papel a los sistemas de telecomunicaciones no habrá de ser menos importante”

101.

¹⁰¹ SMITH, Anthony. *Cómo la cultura occidental domina al mundo*. Texto publicado originalmente en **LA GEOPOLÍTICA DE LA INFORMACIÓN**. México, Fondo de Cultura Económica. Extractado de Informe Bibliográfico. Programa Britannica Society - Informateca.

1. La piedra miliar: la teoría de la comunicación

Manuel Vázquez califica de “primitivos científicos de la Información” a quienes, hacia fines del siglo XIX, analizaban las páginas del **Journal**, de W. R. Hearst, o de los diarios de Lord Northcliffe, en un esfuerzo por construir una suerte de crítica hemerográfica de la eficacia de los mensajes de la prensa¹⁰².

El mismo autor resalta que la reflexión teórica sobre la comunicación social tiene a fines del siglo XIX un postrer debate sobre la concesión de la libertad. A su juicio, entonces el concepto de “libertad de expresión” se hallaba en crisis, esencialmente a causa de la crítica socialista. En medio de esa situación, se inicia el proceso de configuración de ontologías profesionales. Las iniciativas parten de sectores tradicionales, como la Iglesia y la burguesía democrática. Ambos sectores “generan las tesis de «verdad objetiva», el respeto al «derecho de información», la primacía de la comunicación «informativa» sobre la adoctrinadora”¹⁰³.

Todos esos esfuerzos, no obstante, se quedan en el terreno de la Filosofía de la Información. En los años 20, aunque especialmente en la década siguiente, aparecerán las primeras formulaciones científicas atinentes a la información. Estarán a cargo de la escuela behaviorista norteamericana. Hecho lógico, “porque solo desde la perspectiva de una década en que ya se ve un frente de *mass media* configurados y prepotentes y solo desde la perspectiva de un país como Estados Unidos, fuertemente influido por la acción de esos medio, podía surgir un intento de aproximación teórica a la cuestión”. A tales esfuerzos desplegados en ese país, se adicionan la enseñanza del Periodismo en centros universitarios y el desarrollo de los estudios sociológicos¹⁰⁴.

En los años 20 y 30 se consolida la radio, y también, el cine. Las masas se evaden de sus problemas recurriendo a esos medios de comunicación. Para entonces, eran aceptados como algo inevitable.

En el período de la primera postguerra, creció la idea de que los medios de comunicación estaban premunidos de un poder inmenso. Uno de los sustentadores de tal posición fue Harold D. Lasswell, quien para 1927 estudiaba de los efectos de la guerra psicológica -practicada ampliamente entre 1914 y 1918-. Lo que impulsaba a Lasswell era el deseo de formular una psicología social a partir de los experimentos de escuelas centradas en el estudio del comportamiento del individuo: la reflexología (Pavlov y Bechterev), la freudiana (Sigmund Freud) y la behaviorista (Watson y Jan)¹⁰⁵.

¹⁰² VÁZQUEZ, M., op. cit., p. 189.

¹⁰³ *Ibidem*, p. 191.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p. 191.

¹⁰⁵ *Ibidem*, p. 237.

El primer modelo de comunicación lo formuló Aristóteles. En su *Retórica* considera tres componentes: el orador, el discurso y el auditorio¹⁰⁶.

En 1949, Claude Shannon y Warren Weaver, con la obra *Mathematical Theory of Communication*, inauguran una nueva era en el estudio de la comunicación. El trabajo es, ciertamente, ingenieril. Sin embargo, su teoría es aplicable a todo el espectro de la comunicación humana. Además, es compatible con la del Estagirita, porque “los componentes de la comunicación incluyen: una fuente, un transmisor, una señal, un receptor y un destino. Si por fuente entendemos el orador, por señal el discurso, y por destino al que escucha, tenemos el modelo aristotélico, más dos elementos agregados: el transmisor que envía el mensaje original y el receptor que lo capta para hacerlo llegar al destinatario”¹⁰⁷.

En la comunicación de masas, la fuente principal es una organización de comunicaciones (un diario, una radioemisora, un canal de televisión). “La organización funciona -al decir de Wilbur Schramm- cual si fuera un comunicador individual”¹⁰⁸.

Lasswell elaboró el primer paradigma especialmente adecuado para la comprensión de la comunicación de masas. Su modelo alcanzó vasta difusión en Estados Unidos y en Europa. Para este teórico, cualquier acto de comunicación puede ser convenientemente descrito mediante la contestación de las siguientes preguntas:

Who	¿Quién
Says what	Dice qué
In which channel	En qué canal
To whom	A quién
Whith what effect?	Con qué efecto? ¹⁰⁹ .

Schramm desarrolló el modelo de Shannon y Weaver aplicando los conceptos básicos de la Teoría de la Información a los procesos de la comunicación humana y de la comunicación de masas. Para este autor, informar “es la capacidad de proporcionar conocimientos nuevos a un receptor final...”¹¹⁰.

En este punto, podemos enlazar con el quehacer del Periodismo. Para José Marques de Melo, “el Periodismo se configura en nuestro mundo contemporáneo como una actividad singular de la industria cultural, asumiendo el carácter de un proceso continuo, transparente, veloz, determinado por la actualidad. Tanto es así que estudiosos europeos como Roger Clause no dudan en llamar al Periodismo *proceso de información de la actualidad*. Su especificidad está justamente en la

¹⁰⁶ ARISTÓTELES. *Retórica*, 1358b.

¹⁰⁷ BERLO, David K. *El Proceso de la Comunicación*. Buenos Aires, Editorial El Ateneo, 1987, p. 17.

¹⁰⁸ WILBUR SCHRAMM. *Cómo funciona la comunicación*. En: FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y DAHNKE, Gordon L. *La Comunicación Humana*. México, McGraw-Hill, 1986, p. 16.

¹⁰⁹ SAPERAS, Enric. *La Sociología de la Comunicación de Masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias, 1992, pp. 75-79.

¹¹⁰ *Ibidem*, p. 84.

captación de los acontecimientos que ocurren, así tal como en su transmisión intercontinental e inmediata, a ciudadanos ávidos y curiosos por conocer las novedades.

Lo que mueve al periodismo, lo que le da su razón de ser, es la necesidad de la información. Los individuos quieren saber lo que está sucediendo, lo que pasa a su alrededor, lo que ocurre en el mundo, por la necesidad vital de establecer relación con el medio ambiente, con la comunidad, con la sociedad; en fin, estar sintonizado con su grupo social¹¹¹.

La gran función del Periodismo es el estudio de los hechos y le corresponde, además, la responsabilidad de informarlos. Ahora bien, específicamente, esa función es propia del Periodismo Informativo.

Informar, entendido como el acto de enterar, conduce a la idea de información. Al respecto, Torcuatto di Tella asevera que la expresión "información hace referencia a datos, acontecimientos o noticias que se transmiten a un grupo social determinado"¹¹². Empero, el término información posee una pluralidad de significados. Fernando Terrou advierte del riesgo que representa su empleo indiscriminado¹¹³.

La Teoría de la Comunicación suscitó fuertes resistencias entre los periodistas. Aún hay quienes se oponen a ella. Sin embargo, lo cierto es que ya no es posible cerrar los ojos a su influencia, porque, al final de cuentas, el Periodismo es sino una forma de comunicación humana y a esa verdad conviene atenerse.

2. Visión cotidiana del presente

Los medios de comunicación ofrecen una diaria visión del presente social. Gracias a ellos "percibimos la realidad no con la fugacidad de un instantes (...), sino que como un período consistente y objetivado, como algo que es posible percibir y comentar,

¹¹¹ MARQUES DE MELO, José. *Industria Cultural, Periodismo y Periodistas*. En: REFLEXIONES ACADÉMICAS. Número cinco. Santiago, Chile, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Universidad Diego Portales, 1993, p. 13.

¹¹² DI TELLA, Torcuatto. *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Buenos Aires, Punto Sur Editores, 1989, p. 323.

¹¹³ "El término información ha logrado una singular fortuna. Desde el lenguaje corriente, en el que significa el acto de recopilar o proporcionar informes, y el judicial, que designa el procedimiento de búsqueda y comprobación de infracciones, ha llegado hasta el grado de lenguaje científico, según parece como el más preciso, puesto que ha servido para calificar una de las teorías de la cibernética (tratamiento de la información) y, acto seguido, ha proporcionado el derivado que la designa (la informática) (MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., pp. 28-29). Martínez de Sousa proporciona una extensa clasificación del término información. Según él hay información: de actualidad, la referida a un hecho actual o actualizado; de agencia, la proporcionada por una agencia de noticias; ahuecada -conocida en Chile como *jaita*-, aquella a la cual se le añaden palabras, frases, y aún párrafos, con el solo propósito de abultarla; amarillista o sensacionalista; amplia, la que contiene todos los elementos y detalles esenciales de un acontecimiento; contingente, la referida a lo que sucede, ocurre o pasa, difundida por los medios de comunicación y cuyas características son la actualidad y la periodicidad. Además, Martínez de Sousa habla de la información artística, bursátil, científica, comercial, deportiva, judicial, laboral, etc. (MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo*. Madrid, Editorial Paraninfo, pp. 258-260).

como una referencia general”¹¹⁴.

Los medios de comunicación mantienen vigentes diferentes hechos, de manera que la impresión que causan no se desvanezca, sino que permanezca. Al mismo tiempo, median entre la realidad global y el público que se sirve de ellos. Esa acción es algo más que mera comunicación, pues “preparan, elaboran y presentan una realidad que no tienen más remedio que modificar cuando no formar”¹¹⁵. En esas operaciones, es esencial el lenguaje, sobre todo si se trata de la transmisión de información. “El lenguaje (...) es el sistema de signos más importantes de la sociedad humana. Su fundamento descansa, por supuesto, en la capacidad intrínseca de expresividad vocal que posee el organismo humano; pero no es posible intentar hablar de lenguaje hasta que las expresiones vocales estén en condiciones de separarse del «aquí y ahora»”¹¹⁶.

Gracias a la magia del lenguaje, los seres humanos tenemos la posibilidad de actualizar todo un mundo de experiencias y significados.

Ninguna posibilidad existe de que la totalidad de hechos registrados en una jornada puedan ser consignados en un determinado medio. El Periodismo ha asumido la responsabilidad de dar de la realidad social presente una versión concentrada, dramatizada y sugestiva de todo lo que ha ocurrido, ajustándola a las disponibilidades de espacio y de tiempo. “Como ha escrito el sociólogo Salvador Giner, la mayor innovación literaria de nuestro tiempo es el Periodismo. Infamado por su probada

¹¹⁴ **GOMIS, Lorenzo.** *Teoría del Periodismo.* México, Editorial Paidós, 1991, p. 14.

¹¹⁵ *Ibíd.*, p. 16.

¹¹⁶ **BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas.** *La Construcción Social de la Realidad.* Buenos Aires, Amorrortu, 1989, p. 55.

capacidad de trivialización de lo complejo¹¹⁷, el Periodismo puede, sin embargo, expresar con la mayor dignidad nuestras preocupaciones más graves y nuestros mejores anhelos. Su expansión ha ido paralela con la modernidad, que no tendría sentido sin el Periodismo¹¹⁸.

¹¹⁷ También el Periodismo es culpado de trivializar lo eminente, según lo denunció Fernando Lázaro Carreter, miembro de la Real Academia Española de la Lengua. Lo hizo en un artículo publicado en el diario *Ya*, de Madrid, el 30 de abril de 1990, y reproducido por *La Segunda*, de Santiago de Chile: "El hecho ha merecido ya algún comentario irritado: el video con que TVE ha promovido la canción presentada a no sé qué concurso, en que dos muchachas interpretaban a dúo una insignificante chundarata, hace alternar las imágenes de éstas con las de fragmentos de cuadros velazqueños: altivos mostachos de Felipe IV, finas nalgas de la Venus del Espejo; algún bufón... Lo trivial y lo sublime unidos; pero no, mucho peor: lo excelso al servicio de lo ratonero. Porque se intenta que las pinceladas mágicas sirvan de excipiente a los espasmos de las flamencas. No hace mucho tiempo se pasó otro spot que representaba el billete de banco ornado con el retrato de don Benito Pérez Galdós. De pronto, el rostro del augusto escritor se animaba para anunciar algo que debe olvidarse. Las imágenes de un detergente se acompañaban con música de Bach, las de un desodorante con compases de Beethoven; para exaltar la maravillosa velocidad de un bólido utilitario, nada más a mano que Wagner... De ser refinados los televidentes, no tardaríamos en oír ponderar una camisetas con el *Oh dulces prendas* garcilasiano. Ninguna consideración parece detener a nuestros, por otra parte excelentes, publicitarios. Pero no son sólo ellos quienes arrasan las cumbres. Bien conocido es un arreglista que vampiriza la música clásica, mediante el expediente de acelerarla y petardearla con rítmica percusión. He leído que vende sus discos a millares, y hasta elogian algunos su labor porque divulga, dicen, lo que antes era sólo para exquisitos. Lógrase así que, en el Metro madrileño, algún muchacho de cresta capilar y aro en el lóbulo, vaya tarareando la «Marcha Turca», inspirado por el traqueteo del vagón. Pero no son sólo esas artes las que son saqueadas: el teatro clásico sufre muchas veces pareja apropiación por quienes identifican el dominio público con el privado, y piensan que corresponde a su albedrío cambiar escenas, suprimir o añadir tiradas y hasta hacerle significar lo que sólo no pensó su autor, sino lo que ni siquiera pudo pensar en su tiempo. Aún es reciente el caso de *El Príncipe Constante*, cuya constancia no se hacía constar; Calderón hizo que aceptara la muerte antes de que Ceuta dejara de ser cristiana entregándola a los sarracenos; quedó trocado casi sólo en un testarudo que no admitía el rescate. Un mártir de la pertinacia. No sólo eso: dramas antiguos se han representado con escenas inventadas, porque el autor no había dado relieve bastante a un determinado personaje... Equivalían a las incrustaciones jaraneras del susodicho arreglista músico. La exquisita comedia de Giraudoux, *La Loca de Chaillot*, pasó por una televisión hace unos días, adaptada al cine. Quise ver a la vieja amiga; no la reconocí en las primeras escenas y cambié de canal (en el cual proyectaban por enésima vez aquella conmixti3n de folcl3ricas y Velázquez). No ha aparecido aún la moda de poner música a poetas notables por una u otra razón; puede esgrimirse el antecedente de grandes compositores que han musicado famosos poemas. Pero eran grandes. Lo de ahora suele ser distinto: salvo una pocas excepciones con calificaci3n de aprobado o notable, los musicantes suelen salmodiar poemas cuyos autores amparan o insolvencia. Y no se diga que la lírica -el nombre lo indica- nació para ser captada; hubo pronto otra destinada a la lectura, que ocupó todo el espacio de la gran poesía cuando se inventó la imprenta. Escuchar que una tonada trivial secuestra versos en los que, a fuerza de ser alma, casi estorban las palabras, produce jaqueca. Han sido utilizados, vampirizados también. Ejemplos así podrían multiplicarse, y parecen síntoma de dos males simultáneos. Padecemos -pero no sólo nosotros- de una grave sequía de facultades creadoras, de la capacidad de invención que exigen los nuevos tiempos. Necesitamos sacar del arca para ir tirando. Pero es peor lo otro: inspira poco respeto lo que hay en el arca. No se valora bien, no se entiende que, por ser de todos, no es nadie en particular. Y que ningún ciudadano tiene derecho a arrancarle la piel a la Venus velazqueña para hacerla faralaes, ni a plantarle un garrotín en las narices al rey Felipe (quizá le hubiera gustado al de carne y hueso, pero escarnece al del lienzo, que es el que aún, y por los siglos, vive). ¿No tendría que considerar una ley del Patrimonio Nacional todas estas cuestiones?" (Revista de prensa: Trivialización de lo eminente. **LA SEGUNDA**, Santiago de Chile, 16 de mayo de 1990, p. 7).

¹¹⁸ GOMIZ, L., op. cit., p. 19 (C.F.) **GINER, Salvador**. Prólogo a *Teoría dels gèneres periodistics*, de Llorená Gomis, Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1989, p. 9.

En los medios de comunicación hay la tendencia a presentar los hechos en presente. Tal aspecto se advierte, fundamentalmente, en los títulos. Se exige que en ellos se incluya una forma verbal activa y en tiempo presente del modo indicativo. No importa que, en seguida, en el lead, se utilice el pretérito indefinido. Esta tendencia se explica aduciendo que en la vida diaria al contar algo siempre lo hacemos en presente, amén de que “el presente es más directo y próximo”¹¹⁹. En radio, la noticia toda se ofrece en presente para dar al receptor la impresión de que el hecho se halla en pleno desarrollo.

El titular es la quintaesencia de la noticia; sirve “para centrar la atención del lector e imponerle de su contenido”¹²⁰.

El periodismo interpreta la realidad social, de manera que la gente pueda comprenderla. Gomis insiste en que “el periodismo es un fenómeno de interpretación, y más exactamente un método para interpretar periódicamente la realidad social del entorno humano”. Esa interpretación es ejecutada por muchas personas, las que se desempeñan en los medios de comunicación.

3. La interpretación de la realidad social

La realidad que interpreta o explica el Periodismo es la realidad social. Esto ofrece una dificultad, cual es que sí quien ejerce esa responsabilidad incurre en un error en la apreciación que haga de los hechos, su interpretación adolecerá de idéntica deficiencia, con el agravante de que su error de interpretación será traspasado al público.

Según la Teoría de la Comunicación, si el medio es estimado como un intérprete, ello significa que hace las veces de receptor y de emisor o fuente¹²¹. En suma, el Periodismo es un método de interpretación de la realidad social, fundamentalmente, porque escoge de todo cuando acaece en una jornada aquello que a juicio de quienes se desempeñan en el medio, es lo más relevante; porque “interpreta y traduce a lenguaje inteligible cada unidad de la acción externa que decide aislar (noticia)”, y porque procura “situarlas y ambientarlas”, de modo que sean fácilmente comprendidas, entendidas y juzgadas¹²².

Para ejecutar su tarea, el Periodismo apela a varios supuestos:

¹¹⁹ GOMIZ, L., op. cit., p. 27. (C.F.) GARST, Quentin y BERNSTEIN, Theodore M. *Headlines and Deadlines*. Nueva York, Columbia University Press, 1961. Martínez Albertos sostiene la imposibilidad de dar reglas de la titulación, pues “cada periódico tiene sus propias normas de estilo. En muchas ocasiones es más un arte que una técnica” (MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 411).

¹²⁰ EL PAÍS. *Libro de estilo*. Quinta edición. Madrid, Ediciones El País, 1990, p. 43.

¹²¹ SCHRAMM, W., op. cit., p. 16. Más técnicamente, aún, “opera como decodificador, intérprete y codificador”.

¹²² GOMIZ, L., op. cit. p. 38.

a) Los períodos

La realidad es fragmentada en períodos, es decir, “el periodismo opera por reducción en el tiempo”. Tal apreciación indica que en ningún caso intenta explicar la totalidad de la realidad. “Al unificar un período, el medio define el presente”. Eso significa que un diario presenta las noticias del día; una revista, las de la semana, y la radio, las de la última hora, al igual que la televisión.

b) Los hechos

La realidad puede captarse fragmentada en unidades completas e independientes llamadas hechos. Estas unidades pueden elaborarse, redactarse y comunicarse al público como noticias. “Decir que los medios tratan de interpretar la realidad como un conjunto de hechos equivale a decir que tratan de comprender y expresar algunos de los hechos que juzgan más significativos y trascendentes y comunicarlos en forma de noticias”.

c) Al servicio público

Los hechos registrados por el equipo humano de un medio de comunicación es factible comunicarlos por las ondas en espacios de treinta minutos y aún de cinco minutos. “Sin embargo, en ningún caso se da por incompleto”. El oyente que haya captado un par de noticias ya sabe algo, ya puede repetirlo y comentarlo. En el caso del diario, el lector determinará el tiempo que dedicará a la lectura de las noticias consignadas, cual un mosaico, en sus páginas.

d) Los géneros periodísticos

La realidad interpretada debe llegar al público de manera completa a través de filtros y formas convencionales. De lo que se trata es que la noticia sea rápida y efectivamente comprendida. Esa tarea la cumplen los géneros periodísticos. “Las dos formas extremas, básicas y complementarias de esa gama de interpretaciones son la información pura (noticia) y el comentario (principalmente el editorial)¹²³.”

4. ¿Cómo se construye la noticia?

¿Cómo se construye ese producto cultural que es la noticia? La noticia es un producto artificial, elaborado o construido por un periodista¹²⁴. La cuestión es ¿cómo efectúa ese profesional de la comunicación tal construcción?

¹²³ GOMIZ, L., op. cit., pp. 38 y siguientes.

¹²⁴ José Luis Martínez Albertos prefiere hablar del “operador semántico”. Esa calificación aplicada al periodista, a su juicio, tiene una gran ventaja, puesto que pone en primer plano los aspectos técnicos y casi mecánicos del quehacer informativo, “desmitificando la persona del periodista de la aureola de hombre político o redentor social que en muchas ocasiones se le adjudica” (MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 204).

El verbo griego *theorein* significa contemplar. Expresa un tipo de conocimiento especulativo con independencia de toda aplicación práctica. “En este sentido empleó Aristóteles la expresión *bíos theretikós* o vida contemplativa, teórica, que él asemejó a los espectadores de los juegos olímpicos”¹²⁵. Pero, este hombre solo miraba, no actuaba, es decir, su participación era “teórica”.

El periodista es también un “teórico”; pero, al revés del espectador griego, en seguida de mirar, actúa y, en suma, se involucra construyendo una noticia a partir del hecho¹²⁶.

Miquel Rodrigo Alsina diferencia tres fases en la construcción de la noticia¹²⁷: la producción, la circulación y el consumo.

a) La producción de la noticia

El trabajo comienza con el hecho. Esto es algo externo al periodista. Los hechos sobreabundan; pero, muy pocos alcanzan notoriedad y se alzan a la categoría de acontecimientos cuando, al cabo de una selección ejecutada por un periodista, aparecen publicados -como noticias- en un medio de comunicación de masas.

Hay hechos que resaltan como acontecimientos sin necesidad de mayores análisis por parte del periodista. Por ejemplo: cuando la autoridad comunica intempestivamente un incremento en los precios de los combustibles, en la práctica ese hecho constituye todo un acontecimiento. Pero, también lo serán las secuelas, pues la referida alza repercutirá en los valores de otros servicios y los subsecuentes aumentos en los respectivos precios constituirán otros tantos acontecimientos.

Para Edgar Morin, el acontecimiento debe concebirse como una información,

¹²⁵ BLÁZQUEZ, F., op. cit., p. 489.

¹²⁶ Esto supone que el periodista tenga la suerte de ser testigo presencial del hecho. Por desgracia, eso no es así, pues raramente el profesional de la noticia tiene la posibilidad de ver “con sus propios ojos” el suceso acerca del cual escribirá. No le queda, en consecuencia, otra alternativa que recurrir a los testigos, sin tener la certeza de que, en efecto, esa persona haya sido testigo ocular.

¹²⁷ Por cierto, sobreabundan las definiciones de noticias: Herraiz, citado por Martínez de Sousa, expresa “noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores. Por tanto, noticia es lo que interesa a los periodistas”. Con el criterio de Herraiz coincide Romero Rubio: “noticia es todo lo que interesa al periodista”. Los periodistas tienen interés en las noticias, pero las buscan para atender las necesidades del público. En este plano, Martínez de Sousa afirma que un periodista no es la opinión pública, sino que el defensor de sus intereses. “De aquí que nos parezca más lógico decir que noticia es lo que interesa a la opinión pública”. Sin embargo, el mismo Martínez de Sousa admite que tales “definiciones” no expresan lo que, en realidad, es noticia (MARTÍNEZ DE SOUSA J., op. cit., p. 237). Fraser Bond afirma “noticia es lo que los periodistas publican” (BOND F., op. cit., p. 47). Emil Dovifat manifiesta: “las noticias son comunicaciones sobre hechos nuevos surgidos de la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad” (DOVIFAT, E., op. cit., tomo I, p. 51). Carl Warren evita dar una definición y se limita a manifestar “pregunte a un avezado periodista o jefe de redacción qué es noticia. Probablemente le responderá que la noticia es lo que diga el director, o aquello que se imprime en los periódicos” (WARREN, Carl. *Géneros Periodísticos Informativos*. Barcelona, Harper and Row Publishers, Inc., por A.T.E., 1979, p. 23). Para José Luis Martínez Albertos, “noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión” (MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., p. 40).

“es decir, algo nuevo que irrumpe en el sistema social”; por principio, se trata de un elemento desestructurante, un accidente¹²⁸.

Miquel Rodrigo Alsina explica el acontecimiento en relación con la teoría de la construcción social de la realidad y con el sistema que le confiere sentido, el de los *mass media*; en suma, con la práctica productiva y las rutinas organizativas de la profesión periodística. “La realidad que transmiten los *mass media* es una construcción, el producto de una actividad especializada”¹²⁹.

Sin embargo, no es posible sostener que el periodismo sea ciento por ciento responsable de la construcción social de la realidad. Berger y Luckman ubican esa acción a nivel de la vida cotidiana, la que “se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente. (...) El mundo de la vida cotidiana no solo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos”. Sobresale la institucionalización de las prácticas y los roles, en un proceso socialmente determinado e intersubjetivamente construido. Esta intersubjetividad establece una diferencia entre la vida cotidiana y otras realidades de las que se tiene conciencia, puesto que el mundo de la vida cotidiana es tan real para uno mismo como para los demás¹³⁰.

Lo anterior permite “caracterizar la actividad periodística como un rol socialmente legitimado para producir construcciones de la realidad públicamente relevantes. Así pues, podemos establecer que los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante. Estas competencias se realizan en el interior de aparatos productivos especializados: los *mass media*”¹³¹.

Los *mass media*, en su tarea tienen en cuenta a las audiencias. Entre los periodistas y los destinatarios de sus mensajes hay una suerte de contrato. “A los periodistas se les asigna la competencia de recoger los acontecimientos y temas importantes y atribuirles sentido. Este contrato se basa en unas actitudes epistémicas colectivas que se han ido forjando por la implantación del uso social de los medios de comunicación como transmisores de la realidad social de importancia pública. Los

¹²⁸ RODRIGO ALSINA, Miquel. *La Construcción de la Noticia*. Barcelona, Editorial Paidós, 1993, pp. 27 y 28.

(C.F.) MORIN, Edgar. *La rumer d'Orleans*. Seuil, París, 1969, p. 225. Igualmente, (C.F.) L'Esprit du Temps II. Nécrose, Grasset, París, 1975, p. 31 y siguientes.

¹²⁹ *Ibidem*, pp. 29 y 30.

¹³⁰ BERGER, P. LUCKMANN, T., op. cit., pp. 36, 37 y 40.

¹³¹ RODRIGO ALSINA, M., op. cit., p. 30.

propios medios son los primeros que llevan a cabo una continua práctica de autolegitimación para reforzar este rol social”¹³².

¿Cuándo es posible hablar de noticia? Un hecho se convierte en noticia cuando es difundido a través de un medio de comunicación. En caso de que no sea publicado, el hecho, en todo caso, no desaparecerá, permanecerá en ese estado original, de simple hecho.

b) La circulación de la noticia

Los medios de comunicación de masas constituyen un sistema de circulación “de informaciones a través de vastas redes de distribución de la noticia que se superponen a toda forma de cultura local, de creencia y de elección original e interior, creando amplias regiones homogéneas de conocimiento común”¹³³, lo cual demuestra que el empujamiento del mundo llegó al extremo de conformar lo que se ha dado en denominar “aldea global”.

El sistema informativo ha experimentado sucesivas transformaciones, hasta llegar a la actualidad con una supercarretera de la información, la Internet o red de redes como suelen llamarla ya los especialistas.

Cabe adicionar “el fenómeno de los multimedia en la estructura del sistema de los *mass media*. No solo se produce una concentración en la prensa, sino que las empresas comunicativas diversifican sus medios de transmisión; así se dibuja la tendencia de grandes empresas comunicativas tanto de prensa como de radio como de televisión. (...) Por otra parte, el sistema de los *mass media* también es lugar de confrontación entre diferentes actores. Los tres actores principales que entran en el juego con diferentes intereses son: i) los productores de la comunicación; ii) las fuerzas políticas, iii) los grupos económicos internos y externos del sector. Todos ellos intervienen tanto en la producción como en la circulación de la información”¹³⁴.

c) El consumo de la noticia

En el proceso de construcción de la noticia, la etapa postrera es la relativa a su consumo. Johnson y Harris manifiestan que “las noticias pueden ser consideradas como un producto comerciable”¹³⁵.

Esa concepción estima que las noticias son mercancías y que como tales son “fabricadas y distribuidas según la lógica del mercado”¹³⁶.

¹³² RODRIGO ALSINA, M., op. cit., p. 31.

¹³³ *Ibidem.*, p. 35.

¹³⁴ *Ibidem.*, p. 37.

¹³⁵ JOHNSON, Stanley y HARRIS, Julián. *El reportero profesional*. México, Editorial Trillas, 1970, p. 29.

¹³⁶ RODRIGO ALSINA, M., op. cit., p. 54.

Los fundadores de la sociología de las noticias fueron dos periodistas. Para explicar su naturaleza, ambos se remitieron a sus respectivas experiencias.

Walter Lipman, en 1922, se centró en el proceso de recolección de las noticias. El lo concebía “como una búsqueda de la «señal clara y objetiva que constata un acontecimiento». De ahí que «la noticia no es un espejo de las condiciones sociales, sino la constatación de un aspecto que ha alcanzado notoriedad». Por lo tanto, nuestra atención se dirige hacia lo que es reseñable (y merece ser reseñado) en la forma adecuada para su inclusión planificada y rutinaria como artículo de prensa”. Por esta razón, los periodistas visitan hospitales, comisarías, tribunales de justicia, parlamentos, y sedes de gobierno. Lo hacen así porque en tales sitios se dan las mayores probabilidades de comprobar los acontecimientos¹³⁷.

El segundo comentarista histórico de las noticias, Robert Park, en 1940, dedicó más atención a sus propiedades esenciales. Comparó la noticia con la historia. Lo hizo sobre la base de que la historia “es también un archivo de acontecimientos pasados”. Para tal efecto, situó la noticia en un continuo que abarca desde la “familiaridad con” hasta el “conocimiento sobre”. La noticia tiene lugar en tal continuo, y es algo más de lo primero y menos que lo segundo¹³⁸.

La comparación que Park hace entre las noticias y la historia llega a las siguientes conclusiones:

La noticia es oportuna: trata de acontecimientos muy recientes o de acontecimientos que se repiten.

La noticia es asistemática: se ocupa de acontecimientos discretos, de modo que el mundo, visto exclusivamente a través de las noticias, consta de sucesos sin relación entre sí, pues las noticias no tienen la función primordial de interpretarlos.

La noticia es perecedera: sólo sobrevive mientras los acontecimientos están de actualidad, siendo sustituida por otra forma de conocimiento cuando se trata de archivarlos y de referirse a ellos con posterioridad.

Los acontecimientos de los cuales se informa como noticia deben ser desacostumbrados, o, al menos, inesperados, pesando más estas cualidades que su “verdadera importancia”.

Además de ser inesperados, los acontecimientos de las noticias se caracterizan por otros “valores periodísticos”, que son relativos e implican juicios sobre lo que puede interesar a la audiencia.

La noticia pretende, sobre todo, orientar y llamar la atención, y no sustituir al conocimiento.

¹³⁷ McQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Segunda edición revisada. México, Ediciones Paidós, 1993, p. 264.

¹³⁸ *Ibidem.*, p. 265.

La noticia es previsible. Este punto paradójico Park lo explica de la siguiente manera: si bien lo que sucede es lo inesperado, lo que pasa a formar parte de la noticia no es lo absolutamente inesperado. Los acontecimientos que han sido noticia en el pasado, al igual que en el presente, son en realidad las cosas esperadas... En conjunto, se trata de los accidentes e incidentes para los que el público está preparado... las cosas que uno espera y uno teme son las que constituyen noticia¹³⁹.

La noticia es un artículo comerciable. Una vez consumida, es dejada de lado. Sin embargo, esa noticia será sustituida por otra y así en forma sucesiva.

Al aceptar que la noticia es un producto nuevo, materializado en las páginas de un diario o en las ondas radiales o televisivas, los fundamentos que guían la aceptación de una nueva idea le son aplicables. En tal eventualidad, la noticia se caracterizaría por :

La divisibilidad: todo hecho, por muy complejo que sea, es perfectamente divisible en unidades más reducidas.

La comunicabilidad: toda noticia es comunicable. El que por resolución judicial se prohíba comunicar una noticia, no le quita tal característica.

La complejidad: alude a la dificultad que puede ofrecer una noticia. Pero, la misma es posible reducirla recurriendo a la esquematización, de acuerdo a las Leyes Psicológicas de la Información de Noticias¹⁴⁰.

La ventaja absoluta: toda noticia nueva desplaza a la anterior. Cuando surge algo inédito, la atención se desplazará, inexorablemente, en su dirección. La noticia nueva aparecerá en primera página; la anterior, en páginas interiores, hasta desaparecer: pues la noticia nueva se fagocita a la anterior.

La compatibilidad: la noticia tiene que ser congruente con los valores

¹³⁹ McQUAIL, D., op. cit., p 265.

¹⁴⁰ El padre Emil Gabel -durante muchos años Secretario General de la Unión Católica Internacional de la Prensa-, en la "Revista Javeriana" (Santafé de Bogotá, Colombia, agosto de 1962, pp. 160 y siguientes) incluyó un artículo intitulado *La prensa católica, ¿para qué?* en el cual sostenía que la noticia debe ser transmitida de acuerdo con las leyes psicológicas de la esquematización, la dramatización y la variación cíclica del interés. La esquematización obliga, siempre que se pueda y sin degradar la importancia objetiva de los acontecimientos, a reducir la complejidad de los datos informativos a un cuadro sencillo y comprensible de líneas maestras que fácilmente puedan ser asimiladas en una lectura rápida y precipitada. El proceso de esquematización debe hacerse con enorme respeto a la realidad reflejada por todos los datos que estén en aquel momento a nuestra mano y sin degradar la importancia objetiva y jerarquizada de los diferentes ingredientes que integran la noticia en su totalidad (...). La esquematización debe operar, de modo especial, en la elaboración de los leads, de los textos y de ser posible también en los títulos (...). La dramatización aparece vinculada a ese otro concepto periodístico que se llama interés humano. Si una noticia puede presentarse de forma tal que aparezca en ella cierto enfrentamiento existencial de una persona contra otras o contra un destino adverso y difícilmente soslayable, el periodista está recurriendo al procedimiento dramático patentado por los trágicos griegos y cuya eficacia sobre la atención de los públicos está fuera de toda duda. La variación cíclica del interés es una ley psicológica que obliga al periodista a cambiar de enfoque expositivo en forma paulatina si quiere seguir mereciendo los honores del interés del lector (MARTINEZ ALBERTOS, J. L., op. cit., pp. 231-232).

predominantes en el grupo social. Hay hechos que suscitan enorme interés público. Sin embargo, no por ello el periodista se apresurará a comunicarlos. De lo que se trata es que el medio seleccione lo que se comunicará al público, única manera de preservarlo de elementos del todo negativos desde el punto de vista axiológico¹⁴¹.

¹⁴¹ REINDL HAUSER, Max. *Fundamentos de la Comunicación*, Santiago, Chile, 1994, p.99.

CONCLUSIONES

El Periodismo es susceptible de ser enseñado y, consecuentemente, de ser aprendido. Sin embargo -y esto es válido para cualquiera profesión- quien se interese por ejercer en el campo de la comunicación de masa, precisa de una apropiada aptitud o disposición natural.

Reunir esa aptitud es fundamental, porque para desempeñarse con éxito en una actividad profesional, no es suficiente el simple deseo; tampoco basta el simple gusto. A este respecto calzan perfectamente las palabras de Leonardo da Vinci, quien solía manifestar “el que no puede lo que quiere, que quiera lo que puede”. Se necesita, en suma, tener condiciones que, en el caso del Periodismo, resultan ser bastante más numerosas y complejas de lo que el común de la gente cree.

El Periodismo es ahora una profesión; ganó ese status merced a su incorporación a la enseñanza superior y a la imposición de la Teoría de la Comunicación que, más que ampliarle, le proporcionó un sólido fundamento teórico como modalidad de la Comunicación Humana.

La Teoría de la Comunicación abrió un vasto horizonte de oportunidades de realización personal a quienes cursan estudios de Periodismo en las escuelas universitarias existentes en el país. Quien tenga el propósito de ser reportero y se abstenga de perfeccionarse en alguna de las numerosas posibilidades que ofrece, precisamente, esa concepción teórica, corre el albur de fracasar, porque sobreabunda en el mercado ese profesional básico.

No basta el dominio de la técnica periodística atinente a la obtención de una noticia. Quedó en el pasado la idea de que el periodista poseía una cultura vasta cual un océano, aunque de apenas un centímetro de profundidad. Quienes se referían así al periodista, lo hacían como una manera de enrostrarle ignorancia. Esa superficialidad, sí es que en realidad alguna vez existió en líneas generales, esto es, que abarcara a la totalidad de los profesionales de la prensa, no se justifica. En los tiempos presentes, los centros de enseñanza superior se esfuerzan en la búsqueda de métodos que permitan formar profesionales de la comunicación técnica y moralmente óptimos; pero, en forma simultánea, que posean una gran estimativa y, además, que sean capaces de aquilatar los hechos desde una perspectiva culta.

Lo manifestado conduce, indefectiblemente, a la problemática que representa la formación del profesional de las comunicaciones del mañana.

La tendencia actual es hablar de comunicaciones, antes que de Periodismo. Incluso, se hace referencia a la Historia de las Comunicaciones, prefiriéndola a la Historia del Periodismo, el cual sería una parte de aquélla. Lo anterior, puede gustar o disgustar, pero lo cierto es que el Periodismo ya no es posible apreciarlo como una actividad o profesión aislada: es parte de la Comunicación. En ese aspecto, resulta conveniente hablar del profesional de las comunicaciones, lo cual, finalmente,

significa, que el periodista debe constituirse en un experto en la Teoría de la Comunicación.

Hasta las postrimerías de la década de los 80 del siglo XX se hablaba de la cultura del libro. Ahora, nos hallamos en plena cultura de la imagen. Esto también puede agradar o desagradar; pero, es una realidad. En consecuencia, ¿cómo definir la cultura actual? ¿Qué materias tiene que aprender una persona que se desempeñará en los medios de comunicación del mañana? ¿Cómo conseguir que ese individuo sea culto?

Tales interrogantes -amén de otras- ofrecen serias dificultades. Sin embargo, sí las respuestas resultan complicadas, es dable hacer algunas reflexiones en torno a sus respectivos alcances.

El profesional de las comunicaciones de hoy -y de mañana con mayor razón-, está obligado a dominar dos idiomas: el castellano y el inglés, además de la computación. En este último caso, peca de sandío quien asevera “no me interesa ni necesito la computación”.

Conviene reforzar los aspectos humanistas entre quienes habrán de tomar las riendas en los medios de comunicación del porvenir. Es indiscutible el predominio de la imagen. Sin embargo, ¿cuál sería el destino de la creatividad? La única manera de preservarla, de tener profesionales creativos, imaginativos, está en la capacidad de mantener vigente el hábito de la lectura. De lo que se trata es leer diarios, revistas y libros, especialmente, buenos libros.

La lectura, por ejemplo, de un libro, dado el desarrollo lineal del argumento, compulsa al lector a atenerse a esa estructura, recreando en su mente las escenas que le describe el autor.

Pese a todos los adelantos, el libro no desaparecerá. En el presente, su soporte es el papel; mañana, será electrónico. Hoy, un lector coge un libro, lo abre y manualmente vuelve cada página a medida que avanza en la lectura. Mañana, ese mismo lector podrá adquirir un libro incluido en un compac disc (esto ya existe, es una realidad). En su domicilio, lo insertará en un computador y en vez de volver cada página en forma manual, pulsará una tecla.

Algo similar es factible afirmar respecto del diario. Hasta ahora, continúa siendo el Rey del Periodismo y, ciertamente, mantendrá su vigencia, a pesar de todos los augurios en contra. El diario prevalecerá en la medida que se le estime como algo más que un simple producto impreso en papel. Lo más resaltante lo constituye el hecho de que el diario, además de informar y de orientar el juicio del lector, en definitiva, es un pasatiempo, una entretención. Sin duda modificará su forma, su soporte; pero, ciertamente, perdurará y será leído a pesar de la Internet, según lo aseverara recientemente Juan Pablo Illanes, Director del diario “El Mercurio”, de Santiago.

Señalamos la importancia que ya tiene para el profesional de las comunicaciones

el dominio de dos lenguas. Eso supone una excelente formación en gramática, en nuestro caso, de la castellana.

Gramática, literalmente significa “*enseñanza de las letras*”. Es interesante notar, según lo resalta Heinrich Lausberg, que la traducción latina del término griego es *litteratura*, de *litera*, es decir, letra. Todo ello alude al dominio de las letras, al arte de leer y de escribir.

No es posible aprender a fondo un idioma extranjero si se carece de un adecuado conocimiento de la gramática de la lengua materna. Ese dominio se adquiere leyendo y escribiendo: no hay otra forma.

Lo expresado no significa que al escribir el periodista deba estar pendiente de las reglas gramaticales. Lo que interesa es que la persona que lea lo que ese profesional escribió concluya que el autor es una persona que tiene perfecto y cabal dominio de la gramática.

Otro aspecto vital en este terreno es la reverencia que merecen las palabras, porque constituyen las unidades esenciales en las cuales se asienta nuestra civilización y, sobre todo, porque representan la invención básica de toda cultura.

Sea cual sea el medio en el cual se desempeña, el profesional de las comunicaciones no puede prescindir de la gramática ni de las palabras. La forma como se exprese, ya sea por escrito u oralmente, evidenciará su grado de cultura, vale decir, para apegarnos al concepto de José Ortega y Gasset, expondrá sus ideas sobre el mundo y la humanidad, y revelará el repertorio de convicciones que rigen su existencia.

El mismo filósofo español desafía a rumiar su planteamiento relativo a la cultura. A su juicio, “es el sistema de ideas vivas que cada tiempo posee. Mejor: el sistema de ideas *desde* las cuales el tiempo vive”.

Resulta evidente que a los alumnos que cursan estudios en comunicaciones es factible ofrecerles una gran cantidad de materias y que todas sean consideradas como absolutamente necesarias. Mas, en el momento de determinar qué enseñar, es básico tomar en cuenta la capacidad del estudiante y enseñarle lo que sea capaz de aprender.

Se aprecia que el centro de atención se fija en el alumno, más que en el saber y que en el profesor. En todo caso, una vez determinadas las materias, su aprendizaje debe exigirse sin concesiones.

BIBLIOGRAFIA

AMSTER, Mauricio. *Técnica Gráfica*. Quinta edición aumentada. Santiago, Chile, Editorial Universitaria S. A., 1966.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Madrid, Editorial Gredos. 1990.

BARRETT, Edward W. *Reportaje a la Realidad*. Buenos Aires, Editorial Troquel, 1968.

BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas. *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 1989.

BOND, Fraser. *Introducción al Periodismo*. México, Editorial Limusa, 1974.

COMENIO, Juan Amós. *Didáctica Magna*. México, Editorial Porrúa, 1971.

DOVIFAT, Emil. *Periodismo*. México, Editorial Eteha, dos tomos, 1959.

DUCHÉ, Jean. *Historia de la Humanidad*. Madrid, Ediciones Guadarrama, 5 tomos, 1964.

EL PAIS. *Libro de estilo*. Quinta edición. Madrid, Ediciones El País, 1990.

EMERY, Edwin. *El Periodismo en los Estados Unidos*. México, Editorial Trillas, 1996.

ENCINA, Francisco Antonio. *Historia de Chile*. Tercera edición. Santiago, Chile, Editorial Nascimento, 20 tomos, 1949.

GOMIS, Lorenzo. *Teoría del Periodismo*. México, Editorial Paidós, 1991.

JOHNSON, Stanley y HARRIS, Julián. *El reportero profesional*. México, Editorial Trillas, 1970.

KANT, Manuel. *Crítica de la Razón Pura*. Cuarta Edición. Buenos Aires, Editorial Losada, 2 tomos, 1961.

McQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Segunda edición revisada. México, Ediciones Paidós, 1993.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. *Géneros Periodísticos*. Madrid, Editorial Paraninfo, 1981.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso General de Redacción Periodística*. Barcelona, Editorial Mitre, 1984.

OSORIO SALAZAR, Alejandro y URZÚA REYES, Luz-marie. *La lucha del Colegio de Periodistas de Chile en pro de la libertad de difundir noticias y opiniones: algunos casos emblemáticos*. Tesis para optar al título de Periodista. Santiago, Chile. Universidad Nacional Andrés Bello, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Escuela de Periodismo. Noviembre de 1999.

REINDL HAUSER, Max. *Fundamentos de la Comunicación*, Santiago, Chile, 1994.

RODRIGO ALSINA, Miquel. *La Construcción de la Noticia*. Barcelona, Editorial Paidós, 1993.

SANTIBÁÑEZ, Abraham. *Periodismo Interpretativo. Los secretos de la fórmula "Time"*. Santiago, Chile, Editorial Universitaria, 1974.

SAPERAS, Enric. *La Sociología de la Comunicación de Masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias, 1992.

SCHRAMM, Wilbur. *Cómo funciona la comunicación*. En: **FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y DAHNKE, Gordon L.** *La Comunicación Humana*. México, McGraw-Hill, 1986.

VÁZQUEZ, Manuel. *Historia y Comunicación Social*. Madrid, Alianza Editorial, 1985.

VIAL CORREA, Gonzalo. *Historia de Chile*. Santiago, Chile, Editorial Antártica, 22 tomos, 1981.

WARREN, Carl. *Géneros Periodísticos Informativos*. Barcelona, Harper and Row Publishers, Inc., por A.T.E., 1979.

OBRAS DE REFERENCIA

BLÁZQUEZ, Feliciano. *Diccionario de Ciencias Humanas.* Madrid, Editorial Verbo Divino, 1997.

DI TELLA, Torcuatto. *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas.* Buenos Aires, Punto Sur Editores, 1989.

FERRATER MORA, José. *Diccionario de Filosofía.* Barcelona, Editorial Ariel S.A., 1994.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo.* Madrid, Editorial Paraninfo, 1992.

SMITH, Anthony. *Cómo la cultura occidental domina al mundo.* Texto publicado originalmente en **LA GEOPOLÍTICA DE LA INFORMACIÓN.** México, Fondo de Cultura Económica. Extractado de Informe Bibliográfico. Programa Britannica Society - Infomateca.

THINES, Georges y LAMPEREUR, Agnès. *Diccionario General de Ciencias Humanas.* Madrid, Ediciones Cátedra S. A., 1978.

DIARIOS

EL MERCURIO, Santiago, Chile. 7 de septiembre de 1992.

EL MERCURIO, Santiago, Chile. 22 de marzo de 1998.

EL MERCURIO, Santiago, Chile. 17 de mayo de 1998.

LA IGUALDAD, Concepción. 27 de febrero de 1908.

LA SEGUNDA, Santiago, Chile. 16 de mayo de 1990.

LA TARDE, Santiago, Chile. Primero de enero de 1901.

LA TARDE, Santiago, Chile. 28 de junio de 1945.

LA TARDE, Chañaral. 23 de enero de 1950.

LA TARDE, Santiago, Chile. 13 de diciembre de 1966.

LOS TIEMPOS, segunda etapa, Santiago, Chile. 16 de junio de 1953.

LOS TIEMPOS, segunda etapa, Santiago, Chile. 15 de julio de 1954.

VESPERTINO DE NOTICIAS DEL DIA, Santiago, Chile. 13 de julio de 1954.

REVISTAS

INFORME. Revista de la Asociación Nacional de la Prensa, Santiago, Chile. Noviembre -diciembre de 1999.

REFLEXIONES ACADÉMICAS. Número cinco. Santiago, Chile, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, Universidad Diego Portales, 1993.