

La credibilidad de los medios El 'nuevo' periodismo y sus viejas rutinas

M. Pilar Diezhandino Nieto, Pilar Carrera, Juan Carlos S. Illán

En mayo de 2004, un año después de que el escándalo del joven periodista de *The New York Times* Jason Blair (que plagaba y se inventaba noticias, citas o situaciones, en una carrera imparable para traer al medio nuevas historias cada día) supusiera la dimisión de su director, Howell Raines, *The Atlantic Monthly* publicó un artículo que Raines tituló "My Times". En él, explicaba el trasfondo de esa dimisión, más allá de las consecuencias del escándalo Blair. El centro de atención lo sitúa en las estrategias que él y su equipo estaban perfilando para afrontar los puntos vulnerables del "mejor periódico del mundo", que entendían "no tan bueno como debería ser".

Con el consentimiento del editor, Arthur O. Sulzberger Jr., se trataba de hacerlo más vivaz, penetrante y capaz de apelar a la audiencia nacional, geográficamente diversa y dispersa, de la que depende el futuro. Y todo, "sin perder las esencias" de un medio con una historia de más de 150 años.

La discordia entre quienes apostaban por el cambio y los "tradicionalistas" había empezado. Pero el curso de los acontecimientos demostró que los recursos del cambio deberían haber estado más controlados y, sobre todo, más ajustados a esas esencias de una tradición cuya fragilidad el escándalo puso en evidencia.

No es que sea nuevo ni el motivo del escándalo ni eso que el propio Raines llamó "la técnica de la inundación", llenar de periodistas el espacio. Lo nuevo en nuestras

**Perezosos,
autocomplacientes,
arrogantes, de espaldas al
ciudadano son calificativos
que han venido repitiéndose
acerca de los periodistas
desde la aparición de la
prensa moderna.**

latitudes¹ es la sorpresa, primero, de hacer un reconocimiento público de la mala práctica profesional, y segundo, en esta época de tantos recursos tecnológicos, de haber convivido con ella durante más de un año sin detectarla y evitarla.

Perezosos, autocomplacientes, arrogantes, de espaldas al ciudadano son calificativos que han venido repitiéndose acerca de los periodistas desde la aparición de la prensa moderna. Pero lo que está ocurriendo en este momento tendría otro calificativo, más que para ellos, para sus empresas: desorientados, o mejor, utilizando un término propio del marco empresarial, deslocalizados en el tiempo.

Porque, en este momento —es ya un tópico a fuerza de repetirlo—, el problema no es obtener información en bruto. El gran problema es poderla obtener en las dosis adecuadas. De hecho, la misión del periodismo, a imagen de la del bibliotecario orteguiano, ya no es suministrar mera información, para la que sobran recursos, sino ofrecerla seleccionada, mejorada, clarificada, interpretada y, naturalmente, verificada. Valor supremo este último de toda información que se adjudique el calificativo de periodística. Poner orden al caos, dar sentido, aliviar al ciudadano medio, desorienta-

do, sumido en el mar de confusión en el que se debate ante el cúmulo de fragmentos de información, con mensajes por lo general devastadores, vendidos como fiel reflejo de una realidad que, aunque disociada de la suya, produce inquietud.

Pero los medios de información periodística se siguen empeñando en actuar asumiendo el papel de proveedores de información al peso, o/y comentaristas todoterreno, más que de intérpretes de lo que realmente pasa en el mundo, de lo que se requiere saber, de lo que ayudaría a la convivencia, al papel olvidado de control al Gobierno —que no tiene nada que ver con asumir el del opositor político.

Un periodismo que ayude a discernir la verdad de la mentira, que discurren sin control por la red, ambas ofrecidas en formato creíble. El terrorista y su víctima utilizan las mismas tecnologías, usan los mismos términos para obtener muy distintos resultados. No es fácil distinguir medios y fines.

Está muy documentado en la literatura periodística el fracaso de la teoría liberal de la información, basada en la creencia de que el ciudadano es capaz de discernir por sí mismo. Hoy es más necesario que nunca aquello que proponía, en 1947, la teoría de la responsabilidad social de la prensa: ofrecer el relato amplio e inteligente sobre los acontecimientos del día en el contexto que les confiera significado.

Ortega y Gasset ya lo había advertido en 1937, cuando analizaba las causas del fracaso del pacifismo inglés, de 20 años de política internacional inglesa:

- "Dicho fracaso declara estruendosamente que el pueblo inglés —a pesar de sus innumerables corresponsales— sabía poco de lo que realmente estaba aconteciendo en los demás países. En la histo-

¹ Lo que nos diferencia de la tan denostada Norteamérica es que allí se actúa una vez descubierto el plagio o cuando la mentira se evidencia, y aquí suelen quedar impunes.

² Ortega y Gasset, José (1979), "Epílogo para ingleses", en *La rebelión de las masas*, Madrid: Alianza Editorial, págs. 202 y ss.

ria, nada de algún relieve se produce súbitamente”.

- “Ese informar sin profundidad, dedicado a hacer vibrar los nervios de las gentes, esa especie de folletínismo de las noticias es culpable de que, con los poderosos medios de comunicación que existen en nuestra época, la opinión pública ignore las corrientes decisivas que mueven la historia contemporánea”.
- “Es evidente que una nueva técnica de mutuo conocimiento entre los pueblos reclama una reforma profunda de la *fauna periodística*”.²

Giovanni Sartori, reciente premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales, tiene la clarividencia de dejar sentado que el problema actual es que nos abandonamos a la corriente de menor resistencia.

Una muestra de involución

En el trabajo aún en curso del grupo de investigación del Observatorio de Periodismo, de la Universidad Carlos III de Madrid,³ se observa una carencia común en la actual tarea periodística: el tratamiento poco riguroso de las fuentes.

En efecto, una primera característica que empieza a ser habitual en la práctica periodística es la tendencia creciente al abandono paulatino del trabajo con fuentes pro-

³ El Observatorio de Periodismo en Internet es fruto de un convenio firmado por las Universidades Carlos III, Antonio de Nebrija, Complutense de Madrid y Autónoma de Barcelona, y la Fundación Telefónica. El grupo de trabajo de la Universidad Carlos III, coordinado por Pilar Diezhandino, está integrado por Pilar Carrera, Concha Edo, Jenaro Fernández Baena, José Fernández Beaumont, Guillermina Franco, Javier Galán, Ana Herrera, Tiscar Lara, Ester Montiel, Juan Carlos Sánchez Illán, Teresa Sandoval y Bárbara Yuste. El corpus de este análisis son las portadas de 22 medios, entre periódicos en su versión impresa y digital, periódicos sólo digitales, portales, medios audiovisuales, en su versión *on line*, y revistas. La selección se ha hecho sobre la base de su difusión (EGM abril 2004-marzo 2005), y, en su caso, representación en el terreno mediático que ocupan.

- Periódicos de primer nivel de audiencia: *El País*, en sus versiones impresa y digital, *El Mundo*, *Abc*.
- Periódicos de segundo nivel: *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia*, *El Correo* (versión impresa y digital)
- Gratuitos: *20 Minutos* (versión impresa y digital)
- Revistas de información general: *Tiempo*
- Medios audiovisuales (contenido *on line*): SER, Telecinco y Antena 3 TV
- Portales: Yahoo!, Terra
- Diarios digitales: *libertaddigital.com*, *diariodirecto.com*

La misión del periodismo, a imagen de la del bibliotecario orteguiano, ya no es suministrar mera información (...), sino ofrecerla seleccionada, mejorada, clarificada, interpretada y, naturalmente, verificada.

pías, directas, justificadas y expresamente mencionadas.

Esa norma básica, según la cual la fuente debe ser citada, además de consultada y contrastada, para garantizar la fiabilidad y la credibilidad de la información, no se cumple prácticamente nunca en los medios digitales. Y en esa deriva hacia una suerte de desidia a la hora de justificar la prueba que da credibilidad al dato, la declaración, la historia, tampoco los ‘periódicos de siempre’ se salvan, aunque siguen siendo los medios con mayor grado de fiabilidad en el tratamiento de la información.

Es frecuente que al lector le queden dudas acerca de cómo ha obtenido el periodista la información, y, en consecuencia, de si esa información es realmente fiable.

Son habituales atribuciones —tan familiares a cualquier usuario de medios— como las que siguen:

- “Según Aduanas...”
- “Según datos oficiales...”
- “Según explicaron diversas fuentes...”
- “Según fuentes conocedoras de la investigación...”
- “Así explicaba ayer un operador de...”
- “Fomento sostiene que...”
- “Fuentes de las fuerzas de seguridad del Estado...”
- “El Centro de Huracanes de Miami detalló que...”

- “Los facultativos insisten en...”
- “Los expertos avanzan que...”

Abundan las informaciones que, muy posiblemente, reproducen una nota de prensa de una institución, sea o no política, en las que ni se indica la procedencia de esa información ni se aporta fuente alguna que justifique el reelaborado propio del medio. Es norma, en fin, no citar la procedencia de los remitidos. Y, si tampoco los reelaboran, se trata de un trabajo ajeno que el medio hace suyo. A menudo, esto mismo ocurre con informes, siempre que no tengan una rúbrica de notabilidad demostrada.

La pregunta obligada, entonces, es quién decide la agenda de los medios de comunicación.

Basten estos ejemplos:

- “Más de 25.000 gallegos padecen el mal de Alzheimer, la mayoría a cargo de sus familiares”.⁴ Esta información ofrece permanentemente datos: 600.000 enfermos de Alzheimer en España, 25.000 en Galicia; 1,2 millones, dentro de 20 años; 50.000, en Galicia.
- “Tráfico de niños entre Marruecos y Andalucía”. El texto al que corresponde este titular está repleto de datos en torno a un tema cuyo núcleo era éste: los menores marroquíes que llegan a las costas de Andalucía son cada vez más y también más jóvenes. Durante el primer semestre de 2004, sólo llegaron a las costas de Andalucía tres con menos de 12 años. En el mismo periodo de este año, su número ascendió hasta 26.⁵

En ninguno de los dos casos se indica de qué fuente —fuentes— procede la información.

Puede decirse, sin ambages, que se detecta una paulatina pérdida de rigor en la actualidad periodística.

TI Peso de las fuentes institucionales en la prensa vasca (1974-95)

	1974-5	1984-5	1994-5
El Correo	26,4%	39,7%	41,7%
El Diario Vasco	17,6%	43,4%	28,1%
Deia		47,8%	45,7%
Egin		36,0%	40,5%

T2 Peso de las fuentes en el tratamiento periodístico del 'caso Prestige'

	Abc	El País	El Mundo	La Razón	Faro de Vigo	La Voz de Galicia	Tele 5	TVEI	TVG
Institucionales	66,3%	66,7%	66,1%	67,8%	63,0%	59,3%	59,3%	73,6%	66,1%
No institucionales	18,9%	16,9%	14,0%	17,5%	25,4%	39,3%	39,3%	25,6%	32,2%
Informes y documentos	4,7%	5,1%	7,6%	4,0%	6,5%	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%
Agencias y otros medios de comunicación	10,1%	11,4%	12,3%	10,7%	5,1%	0,7%	0,7%	–	0,8%

Fuentes institucionales

Y, en el uso de fuentes, a este abandono en la obligación de legitimar el relato, se une el resabio de una vieja práctica periodística, abundante e inútilmente criticada: su institucionalización.

Por lo que se refiere a los medios digitales, tengan o no su correspondiente versión impresa, ninguno trabaja con fuentes propias. Las informaciones son todas de agencias o volcado del periódico impreso o audiovisual. El redactor de los medios digitales trabaja literalmente sin fuentes. Pero no escatima las declaraciones entrecorilladas de personajes de la actualidad política, económica o social, sin atribución alguna. Lo que implica un gran desconcierto y confusión en el lector:

Realmente inquieta pensar que éste es el "nuevo periodismo" del que se habla con pasión.

Y, en todo caso, la postura más común es la acomodaticia, centrada en el uso de fuentes institucionales. La palabra del portavoz está primada sobre cualquier otra. Es el fruto del excesivo burocratismo de la información.

Puede afirmarse que los medios representan el papel de portavoces del Gobierno o de la oposición.

Un análisis de largo recorrido, como el de la prensa vasca (*El Correo, Diario Vasco, Egin y Deia*) en el periodo 1974-95,⁶ ofrecía los resultados sobre el peso de las fuentes institucionales que muestra la tabla 1.

O el estudio realizado durante el periodo 1991-2000, cuyo corpus fueron las portadas de 13 periódicos, de carácter nacional, regional y local, elegidos entre los de mayor tirada de la prensa española,⁷ del que se concluyeron los siguientes datos:

Las fuentes en el conjunto de los medios analizados recaen de manera contundente en las instituciones. Siguen este orden:

- Institucionales: 54,9 por ciento (instituciones políticas: 39,8 por ciento; no políticas: 15,1 por ciento)
- No institucionales o fuentes directas: 9,8 por ciento
- Agencias y otros medios de comunicación: 10,6 por ciento
- Convocatorias públicas: 6,0 por ciento
- Informes y documentos: 3,6 por ciento
- Sin especificar: 13,1 por ciento
- Sin fuentes: 0,6 por ciento⁸

Y, por último, un análisis de caso viene a corroborar la tendencia: el tratamiento periodístico de la catástrofe del *Prestige*, ocurrida, como se recordará, el 13 de noviembre de 2002,⁹ en el que precisamente la crítica al Gobierno marcó los contenidos mediáticos. Los resultados fueron aún más contundentes (tabla 2).

⁴ *La Voz de Galicia*, 21/9/05: 41.

⁵ *El País*, 21/9/05: 27.

⁶ Cfr. Diezhandino Nieto, M. Pilar; Coca García, César (1997), *La nueva información*. UPV.

⁷ Proyecto de investigación, dirigido por M. P. Diezhandino, *Tendencias sociales y efectos que se deducen de los contenidos de la información periodística (BS02000-0046)*, financiado por la CICYT.

Cfr. Diezhandino Nieto, M. Pilar: "España. Periodistas y medios de comunicación en el escenario del siglo XXI"; *Telos*, Vol. 63: 54-65.

Véase, para comprobar la tradición de la tendencia, Sigal, Leon V. (1973), *Reporteros y funcionarios*. Título original: *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, Mass.: Health and Co.

⁸ Se analizaron las portadas de *El País*, *El Mundo*, *Abc*, *La Vanguardia*, *El Correo*, *La Voz de Galicia*, *Heraldo de Aragón*, *La Nueva España*, *Levante*, *El Diario Montañés*, *Canarias 7*, *Abc de Sevilla* y *El Norte de Castilla*.

⁹ En este caso, el marco temporal del análisis fue del 2 al 12 de diciembre de 2003, sobre una muestra de nueve medios: cuatro periódicos editados en Madrid (*El País*, *Abc*, *El Mundo* y *La Razón*), dos en Galicia (*El Faro de Vigo* y *La Voz de Galicia*) y tres televisiones (TVEI, TVG y Telecinco). Se analizó todo contenido de la cobertura sobre el *Prestige*: un total de 1.638 unidades de información.

El redactor de los medios digitales trabaja literalmente sin fuentes. Pero no escatima las declaraciones entrecorilladas de personajes de la actualidad política, económica o social, sin atribución alguna.

Los medios de información 'periodística' se siguen empeñando en actuar asumiendo el papel de proveedores de información al peso (...), más que de intérpretes de lo que 'realmente' pasa en el mundo, de lo que se requiere saber, de lo que ayudaría a la convivencia, al papel olvidado de control al Gobierno.



Agenda mediática y fuentes

La agenda mediática no la definen los propios medios. El 90,9 por ciento de las noticias son de iniciativa ajena al medio. Y sólo el 8,9 por ciento¹⁰ se corresponde con noticias de iniciativa propia (y aun, en este caso, puede caber la duda).

En el porcentaje mínimo de noticias que son iniciativa del medio, o para las que el medio cuenta con la presencia *diferenciadora* de un corresponsal o de un enviado especial, el tratamiento ambiguo e impreciso de las fuentes, o directamente la ausencia de las mismas, parece legitimarse en nombre del llamado "periodismo de investigación" o por la mera *presencia* del corresponsal en la zona. Son muchos los casos en los que la presencia del corresponsal en el lugar *exacto* de los hechos noticiosos descritos es más que dudosa. Aun así, se apropia o se atribuye información sin especificar si la ha sacado de otros medios y sin precisar cuáles han sido las vías por las que ha obtenido informaciones acerca de hechos o declaraciones

ocurridos de forma simultánea en distintos lugares, a menos que se le suponga al corresponsal el don de la omnipresencia.

En ambos casos —las exclusivas del medio y las informaciones de corresponsales o enviados especiales—, fundamentales para la calidad y la diferenciación de un producto cada vez más homogéneo por su marcada heteronomía en cuestiones de agenda, como es el periódico, hay que lamentar que el tratamiento poco riguroso de las fuentes reste credibilidad a este tipo de informaciones, representativas de un bien cada vez más escaso: las informaciones vinculadas a la agenda del medio.

Ante este panorama, las palabras de Furio Colombo resultan aleccionadoras, cuando afirma: "Caen las paredes alrededor de las sedes del cuarto poder y comienza una aventura nueva. Los periodistas, o aquellos que todavía quieran serlo, deben partir, aunque sea un poco a ciegas, para el nuevo viaje. Necesitarán más que nunca, junto a una cada vez más refinada astucia técnica, un sentido moral".¹¹

Una primera característica que empieza a ser habitual en la práctica periodística es la tendencia creciente al abandono paulatino del trabajo con fuentes propias, directas, justificadas y expresamente mencionadas.

¹⁰ Según resultados del citado proyecto de investigación (BS02000-0046).

¹¹ Colombo, Furio (1997), *Últimas noticias del periodismo*. Barcelona: Anagrama.

