

Mesa Temática
Ética de los Medios de Comunicación
en la XV Semana de Ética y Filosofía Política
(UNED, Madrid, 27-30 marzo 2007)

Nombre: Raúl Magallón Rosa

Institución Académica: Universidad Carlos III de Madrid

Correo Electrónico: raul.magallon@uc3m.es

“Sobre todo nada de periodistas”

Surtout pas de journalistes et pas de nouvelle!, nos espetará Derrida (2005: 64) en su obra póstuma, como si quisiera hacer un último gesto acusador que nos señalara con el dedo.

En los últimos años se ha reproducido una tendencia que parece señalar que el periodista ha dejado de ser un actor mediador – o al menos el actor principal- entre noticia y espectador. Un “espectador” que, como vimos con las imágenes de prisión de Abu-Ghraib, con el *tsunami* o más recientemente con la ejecución de Saddam Husein, se sirve de tecnologías audiovisuales para denunciar el hecho, para tener un recuerdo, o bien para grabarlo y poseer así una constancia del mismo –la imagen archivada se entiende así como lugar de referencia-.

La traición suprema de la sociedad audiovisual será la aparición de un tercero, la transformación del secreto en una cosa pública (Derrida, J., 2005: 9); es decir, la aparición de un mediador entre noticia -entendida como la continuación causal del hecho- y espectador, puesto que como sabemos antes no se contaba con la aparición del espectador en la escena de la noticia¹. No sólo como espectador, sino como testigo cualificado para relatar lo ocurrido.

La tentación de una nueva idolatría, es el culto pagano de la imagen (Derrida, J., 2005: 78). Hasta no hace mucho toda imagen registrada –ya fuera por su calidad o por la escasez de *imágenes no oficiales*, entendidas por oficiales las imágenes que los profesionales del mundo audiovisual tomaban- estaba condenada a ser noticia y aparecer en los distintos medios audiovisuales.

Ya sabemos que lo que no se ve, no se sabe. Sin embargo, en la actualidad, todo acontecimiento tiene un testigo que guarda la prueba². Y por lo tanto la imagen y -lo que

¹ Derrida (2005: 11,12), en este sentido, dirá que “*hay naturalmente fenómenos de mediación para todas las religiones, pero hay un trazo absolutamente singular en el poder y en la estructura de la mediación cristiana, en lo que yo he propuesto denominar la <<mundilatinización>>*”.

Y añade: “*Hay emisiones judías, musulmanas, budistas, etc. Sin embargo las emisiones no cristianas consisten en filmar un discurso, una pedagogía, una discusión, pero nunca acontecimientos*”. Cristo, aparece con Derrida, como el primer mediador, y por lo tanto, como el primer periodista (Derrida, J., 2005: 9). Posteriormente, será el cuerpo de Cristo y el Papa quienes aparecerán como los grandes mediadores (Derrida, J., 2005: 13-14). *Los media* pueden ser entonces explicados como la última fase de mediación religiosa, y que permitirán pensar en la muerte de Dios y en una religión de los media (Derrida, J., 2005: 30-38). Derrida, concluirá señalando que lo nuevo que aportan los media, no es el grabar imágenes, sino el grabar voces de muertos, discursos, etc. (Derrida, J., 2005: 40)

² El acontecimiento se presenta así como una discontinuidad entre pasado y futuro, un ente aislado que debe introducirse en un relato, un ente innominado que todavía no ha sido fijado a una significación. *Le Goff* (2005), acuñará el término *historia inmediata* afirmando que ésta puede estar ocultando nuestra incapacidad de vincular las prácticas anteriores a las nuevas, pero sobre todo la posibilidad de entender que el acontecimiento es

quizá sea más importante- su reproducción, se convierten en el icono de la presencia real (ver es creer, y por lo tanto comprender).³

Nuestra relación mediatizada con las nuevas tecnologías se establece así a través de criterios de con-fianza (fe) y de creencia (crédito), desapareciendo la sensación de filtro, de selección (Derrida, J., 2005: 26). Cuando decimos a alguien: “*cree en mí*” la llamada a la prueba no es probable, lo que supone finalmente llamar a la experiencia del milagro (Derrida, J., 2005: 52).

El cuerpo audiovisual

Pensemos en McLuhan (1964), que entendía los medios y las tecnologías como extensiones del hombre. Por esta razón, y desde la aparición de la llamada Sociedad de la Información, en todo momento estaremos hablando de un cuerpo social, que ya siempre será audiovisual, y no al revés; es decir, que todo cuerpo audiovisual sea un cuerpo social. Algo que olvidan aquellos –y principalmente los periodistas- que progresivamente pueden ser actores, testigos, público, productores o espectadores de una noticia.

Como tributo, y parafraseando a Baudrillard, podemos decir que ya no se puede hablar de Sociedad de la Información porque todos nosotros formamos parte de ella, y porque no hay información sin periodistas que ejerzan el papel de observadores interiores –que no participantes- de la misma.

Si esto se confirma, la desinstrumentalización de las nuevas tecnologías estará en la base del nuevo periodismo, puesto que si ya siempre existirá un testigo que guarda la prueba, sólo nos quedarán las herramientas humanas para descodificar el significado real de la noticia.⁴

Por lo tanto, y ante la eterna pregunta: *¿es el fin del periodista?* Debemos hablar de un *renacimiento del periodismo*, que ya no debe ser pensado por periodistas sino por todos aquellos que se relacionan -como emisores, mensajes, canales o receptores- con los *medios de información*.

Entre otras cosas, esto significa que seguimos pensando en el periodista a través de los patrones clásicos que se dieron en los siglos XIX y XX y que definieron a estos profesionales, a pesar de la transformación que ha experimentado la velocidad del *discurso mediático*. Una de las razones esgrimidas es que la noción de progreso que gobernó el siglo

consecuencia de estructuras y estados sociales más largos y profundos. El acontecimiento, dirá Le Goff, es la parte más visible pero menos significativa de la historia.

³ Sin olvidar, la posible reversibilidad temporal que están creando las nuevas tecnologías gracias a la grabación de nuestros actos sociales. En la medida en que comencemos a registrar nuestra vida cotidiana diariamente y no a través de acontecimientos como hacíamos hasta ahora, la reversibilidad del tiempo aparecerá como una característica de esta relación. Todo ello nos lleva a pensar que se está configurando un mundo digital caracterizado por constantes “*déjà-vus*” pasionales...

⁴ Derrida, acabará por decirnos que la dependencia de Dios ha sido sustituida por la dependencia tecnológica. Y por lo tanto, el cuerpo de Cristo fue sustituido por el cuerpo audiovisual. La integración de las tecnologías, supone la interiorización de nuestro mediador, y el acceso a otra estructura de lo real, estableciéndose la necesidad de desconfiar del efecto de “falso directo”, del trucaje, del filtro, del montaje y de las falsificaciones de todo tipo (Derrida, J. 2005: 66-68). El problema de la traducción deviene por lo tanto fundamental para explicar la mediación.

XVIII y XIX fue sustituida por la noción de comunicación como elemento matriz de nuestra sociedad (Ramonet, I., 1999).

Paradójicamente, el único que no ha modificado la idea de progreso ha sido el periodista. En este sentido, quizá sea hora de devolver al espacio público el concepto de información, entendido, como discontinuidad; es decir, como la diferencia que hace diferencia. Bateson, al respecto, señalaba: “*no creo que el mundo sea concebido para ser comunicativo, puesto que la comunicación de alguna manera altera la naturaleza de las ideas*” (Bateson, G. Y Bateson, M.C., 1989: 88).

En esta misma línea, Hannah Arendt gustaba de preguntarse: “*¿cómo proteger a los hechos del discurso?*”. A lo que Derrida, perfectamente, podría haber respondido: “*Si no hay noticia, no hay información*” (Derrida, J., 2005: 10). E incluso podemos intuir que añadiría: *el periodista no debe devenir noticia.*

El problema está ahora en establecer la mediación interna que se establece dentro de los procesos, estructuras y sujetos que se relacionan en la propia mediación social. En este sentido, resulta complicado establecer la relación entre la *pantalla total* de Baudrillard⁵ y el viejo aforismo de McLuhan que señalaba “*el medio es el mensaje*”.

Puede que sea cierto, pero el papel del periodista -en cualquier caso- debe ser el de mediador de ese medio; debe ser la *evidence* -la prueba-, de la veracidad de esa información.

El cuerpo mediático

Para comenzar, diremos que se está construyendo un espacio que deviene acontecimiento a través de lo *on-line*. La prensa tradicional está empezando a utilizar eficazmente sinergias a través de sus ediciones digitales; de la misma manera, determinados programas de televisión han visto también aumentar sus audiencias gracias a las sinergias que han establecido con Internet con acciones como, por ejemplo, el “*colgar*” vídeos sobre los programas que atraen audiencia –pensemos, en el negocio común entre YouTube y CBS-. Esto puede explicarse, porque la fidelidad en televisión no está tanto en los programas informativos como en las series.

Por otra parte, el grado de atención que prestamos a la televisión está siendo reducido progresivamente. Así lo demuestran los estudios que señalan que casi la mitad de los espectadores lee periódicos o revistas, navega por Internet o escucha la radio mientras que ve la televisión.

Además, las noticias internacionales están perdiendo interés en las audiencias. Esto justifica también el auge del periodista local, puesto que son informaciones pertenecientes a nuestro mismo sistema social⁶.

⁵ Se habla de televisión 2.0, para referirse a las televisiones que se nutren gracias a Internet y al envío de imágenes grabadas por las propias audiencias, y que aparecen posteriormente en sus programas. No sólo como “vídeos divertidos” sino como imágenes con contenido periodístico.

⁶ Resulta cuanto menos alarmante, la cada vez mayor difusión de propaganda política disfrazada de información, bajo el formato de periódicos locales gratuitos.

Reaparece, por lo tanto, la sospecha de que la sobre-información no es sino una nueva forma de censura. Aunque más que hablar de sobre-información quizá sea necesario hablar de una sacralización del yo; y por lo tanto, de una sobrecomunicación. Esto supone que el yo consagrado al progreso, fue sustituido por un *tu comunicacional* con la cultura de masas, y en la actualidad ha sido reducido a un simple *yo comunicacional*.

Este proceso se institucionaliza a través de grandes grupos transnacionales que establecen acuerdos de colaboración para competir en los mercados informacionales a gran escala, buscando mantener así el liderazgo.

La segmentación absoluta del público consumidor de medios de comunicación, hace incluso que se creen diarios a la carta que no necesitan de periodistas intermediarios de la noticia puesto que se basa en un motor informático.

Google News, por ejemplo, ya ha empezado a recompensar por exclusivas, en detrimento de fuentes de tercera mano. La mayoría de edad del periodismo digital ya ha llegado, sin embargo, no ocurre lo mismo con la de sus profesionales.

La comunión fática, que defiende la idea de estar juntos, de compartir informaciones autogeneradas por un mismo sistema común, parece estar siendo relegada. La alternativa, parece estar en una comunión fática de valores y pasiones semioéticas. Sin embargo, la visibilidad mediatizada no sólo no ha desaparecido sino que se ha integrado en nuestro sistema social.

Como respuesta inicial diremos que posiblemente debiéramos pensar que aquellas empresas informativas que no permitan incluir fuentes alternativas en sus informaciones quizá debieran ellas mismas ser consideradas por los destinatarios como simples fuentes alternativas de información que hicieran, tomando prestado la metáfora futbolística, *un control orientado de las informaciones*.

El cuerpo mediador

Si hay algo que caracteriza la profesionalidad del periodista es que en muchas ocasiones tiene que cubrir noticias que no tienen ningún interés para él a diferencia de, por ejemplo, el *bloguero*.

Lo interesante es, en este caso, estudiar aquellos periodistas que además ejercen como *blogueros*. En el primer supuesto, forman parte del sistema. En el segundo, sortean la finísima censura y dan informaciones que no pueden dar en su medio. Como señala Bateson, “*creo que la no comunicación de ciertas clases se necesita si pretendemos mantener lo sagrado*” (Bateson, G. Y Bateson, M.C., 1989: 88). Por lo tanto, hay tanto secreto no revelado que es imposible que desaparezca la información.

Sin embargo, sólo una mínima parte de lo que el *bloguero* publica –entendido éste como receptor activo y dinámico que ejerce el reportero- llega a ser noticia. Este tipo de informaciones -autocreadas a partir de su propio consumo mediático y en la mayoría de las ocasiones fruto de la sospecha, el malentendido, el secreto o simplemente el rumor-, no deben ser denominadas inicialmente noticias sino *hipótesis noticiables*. No deben ser entendidas como informaciones sino como pre-informaciones.

En cualquier caso, la credibilidad de las mismas sólo alcanza el estatuto de información de confianza y de veracidad cuando aparece en los medios tradicionales.

Por otra parte, y paradójicamente, el ciberperiodista o no firma o no tiene la autoridad que tiene el *bloguero*. Es decir, y curiosamente, la objetividad sí está representada por el periodista frente al bloguero o reportero digital.

Siguiendo el análisis en otros medios, podemos intuir cómo en determinados programas de televisión ser periodista; es decir, Licenciado en Periodismo se ha convertido más que en un *must* –un debe- en un *más*, un valor añadido.

Otro ejemplo representativo de esta pérdida de mediación por parte del periodista, la vemos reflejada cuando los políticos institucionalizan una práctica un tanto particular: comparecencias públicas que no dan la posibilidad al periodista de preguntar o vetos a medios de comunicación no afines, olvidando que ellos sí son parte del Estado y por lo tanto, no pueden actuar como instituciones u organizaciones privadas.

Por otra parte, se ha reducido el porcentaje de periodistas que afirma haber recibido presiones políticas o económicas en el trabajo. Esto no parece que sea porque se hayan instaurado formas de buen periodismo, sino porque su rol ha dejado de tener la relevancia que había tenido hasta ahora.

Una de los problemas está entonces en analizar el rol del periodista, en función del medio en el que desarrolla su profesión. Por el momento, y frente al *bloguero*, el periodista en Internet simplemente ejerce como canal de informaciones provenientes principalmente de fuentes oficiales. En la radio, su papel de emisor y fuente de información adquiere una relevancia que quizá sólo pueda equipararse a la prensa escrita.

Sin embargo, no debemos olvidar el papel del periodista en televisión como mediador de la noticia. En este medio, consciente o inconscientemente, el periodista no actúa como una simple correa de transmisión de las noticias y acontecimientos mediáticos sino que ejerce de altavoz multiplicador de la repercusión social de la misma. Por lo tanto, habrá que buscar modelos de cooperación que integren ciberperiodismo y periodismo tradicional.

Una de las explicaciones de esta crisis de identidad, la encontramos en que el periodista no sabe conjugar los tiempos del presente, ha dejado de ser un analista del día (*gior-nalista*) y aportar explicaciones para convertirse en un mensajero de profecías (predicador) y de predicciones. El periodista ejerce así la figura de *sacerdote social*, actuando como mediador pasional dentro de un periodismo que se estructura a través de la multiplicación de acontecimientos y que parece vivir en un constante fin de siglo, que está construido en torno a permanentes acontecimientos mediáticos –oxímoron- puesto que *ya no hay un futuro que conquistar, sólo un presente*.⁷ Esta cultura del instante le permite en ocasiones autojustificar sus errores a la hora de interpretar los hechos, debido a la *incomprensibilidad del mundo*.

Siguiendo esta hipótesis pensemos en cómo hay periodistas que actúan como Licenciados en Periodismo y hay Licenciados en Periodismo que ejercen incluso como periodistas –en este segundo caso, parece más lógico-. Sin embargo, ¿es posible que coincidan en su definición?

⁷ Se intuye así el fin de las verdades racionales, que no pasionales. Sin embargo, el periodista no debe hacer profecías, sólo predicciones racionales. Es decir, pronósticos.

La explicación parcial está en que el concepto de autor se transforma y pierde relevancia, pero no así el de autoridad⁸. La pregunta, es entonces, ¿cómo se autoorganiza el proceso de adquisición de autoridad en la actualidad?

El cuerpo social

La hipótesis de partida que indica que si no apareces inicialmente en los medios de comunicación no existes como transmisor de mensajes socialmente relevantes está siendo superada con las nuevas formas de comunicación social y las derivaciones que éstas están produciendo.

Sin embargo, las noticias ahora son creadas –aunque en un número muy reducido- y completadas por el receptor. Hecho que nos lleva a pensar que una Teoría de la Cooperación Mediática está surgiendo; donde el usuario se vuelve, en cierta medida, coautor de la información (Manovich, L., 2005: 97).

Por lo tanto, en este momento resulta tan interesante ver qué medios incorporan a su preagenda determinadas temáticas provenientes de fuentes no oficiales como también analizar cómo éstos convierten en un acontecimiento periodístico, noticias que hasta no hace mucho no tenían ninguna relevancia mediática. El *cambio mediático*, acaba de iniciarse.

A pesar de ello, hay una serie de problemas por resolver. El primero es la aparición de los *nuevos media* en la esfera pública. El receptor crea la noticia para el propio receptor, sin tener detrás la *maquinaria de documentación*, análisis y contraste de la empresa periodística. Por otra parte, en Internet desaparece la figura del líder de opinión reconocido como mediador entre los medios de comunicación y los miembros del grupo social al que representa.

En cualquier caso, el poder asociacional que se configura en Internet y que se ha denominado *comunicación total* (Sierra, F., 1998), y con él la diversidad informativa, nos permite otorgarle una garantía de veracidad a este tipo de noticias. Quizá porque se establecen recorridos paralelos entre el acontecimiento y la noticia y quizá porque el internauta va detrás de una información y no de un medio concreto (Yanover, 2006)⁹.

En Internet, el sujeto individual ha sido relegado por el sujeto colectivo. La idea del autor -y por lo tanto-, del sujeto mediador, pierde gran parte de su valor hablándose de autores colectivos.¹⁰ Pero el problema está cuando el sujeto individual no puede discrepar del sujeto colectivo, deviniendo un simple objeto de transmisión.

Como respuesta inicial, parece necesario señalar que en Internet, por ejemplo, la importancia de las noticias ya no proviene exclusivamente del medio sino que nosotros como usuarios activos empezamos a priorizar anticipadamente unas noticias sobre otras.

⁸ Tanto Foucault (1969) como Benjamin (1936), tenían razón en este sentido, cuando hablaban del “autor” y del “narrador”. Recordemos también que Walter Benjamin situaba en el mismo nivel al maestro, al sabio y al narrador.

⁹ Aunque últimamente se ha demostrado que también en Internet el papel activo de búsqueda de información debe ser puesto en entredicho, puesto que en muchas ocasiones más que buscar lo que hacemos es encontrarnos con las noticias.

¹⁰ La Ley de propiedad intelectual queda relegada por la ley de propiedad empresarial.

Lo mismo ocurre en televisión, donde las televisiones generalistas empiezan a no alcanzar el 20% de cuota de pantalla. Entre otras cosas, porque los jóvenes y niños han desplazado a la televisión como principal fuente de distracción a favor de Internet, videojuegos y móviles. Además, está surgiendo -gracias a las tecnologías inalámbricas-, la televisión a la carta, que permite a través de Internet que nosotros mismos establezcamos nuestra propia programación. La generación de la televisión ha dado paso a la generación del videoclip, y ésta dará paso a la generación del yo comunicacional. El efecto narcótico, dio paso -aunque sea de forma parcial- al efecto Narciso.

En cualquier caso, está claro que es mucho más fácil buscar las causas que las consecuencias. Ante esta situación, el siglo XXI quizá no debiera ser sólo *el siglo del extranjero, de la hibridación cultural, del agua, del cambio global, etc.*, sino también el siglo de la responsabilidad ciudadana ante los medios de comunicación de masas. La democratización de las sociedades también necesita de la colaboración activa de los sujetos actores de esa sociedad. Por lo tanto, entre los derechos y deberes de todo ciudadano debiera existir una formación crítica ante los medios de comunicación de masas. Por esta razón, existe una necesidad de crear sinergias entre educación primaria, educación secundaria y educación universitaria.

Una propuesta que toma forma es que quizá se debería replantear el papel de los medios de comunicación desde la escuela, enseñando a los niños a ser “analistas” periodísticos, y ser capaces tanto de criticarlos como de adquirir una formación para poder ejercer en un futuro de periodistas, sin ser Licenciados en Periodismo.¹¹

Frente a esta alternativa, surge la pregunta de qué ocurriría con las Facultades de Periodismo, y que en primer lugar podrían perfectamente -como sucede con Bolonia- reducir su duración, para posteriormente reconvertir al periodista en un profesional de la comunicación y de los medios de comunicación, y no de una materia determinada -que, en este caso, sería la figura del periodista especializado-.¹²

En resumen, el problema está en que, por un lado, hemos pasado del “*sobre todo nada de periodistas*” al “*todos somos un poco periodistas*”, reporteros o cuanto menos posibles emisores de información de interés público y, por otro lado, el líder de opinión que antes estaba representado por el periodista, también ha sido sustituido por una figura todavía por definir.

Desde esta perspectiva, podemos plantearnos si debemos pensar en los periodistas como actores o ideólogos; es decir, como interpretes de un rol de mediación¹³ o como transmisores de una ideología.

¹¹ En este caso hablaríamos de periodistas especializados. Y la propuesta no es sino una Ética institucionalizada de la Comunicación.

¹² Una especialización que, al igual que la podemos obtener anteriormente, se podría obtener posteriormente.

¹³ En Francia, por ejemplo, algunos periodistas como Alain Duhamel, fueron vetados en la radio y la televisión pública hasta el final de la campaña presidencial de 2007 por haber tomado partido por uno de los candidatos y dos presentadoras de los informativos de la televisión pública, unidas sentimentalmente a dos políticos, fueron apartadas temporalmente de las cámaras.

Éste podría ser el próximo objetivo del periodista y que podría permitirnos una definición de periodista: “*protector y garante del sentido común*”.

Bibliografía:

BATESON, G. Y BATESON, M.C. (1989): *El temor de los ángeles. Epistemología de lo sagrado*. Gedisa, Barcelona.

BAUDRILLARD, J. (2000): *Pantalla total*. Anagrama, Barcelona.

BENJAMIN, Walter (1936): "El narrador", en *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*. Taurus, Madrid, 1991.

DERRIDA, J. (2005): *Surtout pas de journalistes*. Carnets L'Harne, París.

FOUCAULT, M. (1969): “¿Qué es un autor?”. *Literatura y Conocimiento*. Edición de la Universidad de Los Andes, 1999, pp. 95-125.

LE GOFF, J. (2005): *Pensar la historia. Modernidad, presente, progreso*. Paidós, Barcelona.

MANOVICH, L. (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós, Barcelona.

MCLUHAN, M. (1964): *Comprender los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona. Edición de 1996.

RAMONET, I. (1999): “El periodismo del nuevo siglo”. *La factoría*, nº, 8.
<http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm>. Visitado: 24 de mayo de 2007.

SIERRA CABALLERO, Francisco (1998): “La Comunicación Total. El reto de la revolución del conocimiento.” Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.

YANOVER, David A.(2006): “Internet: aliado y enemigo del periodista”, *Chasqui*, 93.
<http://chasqui.comunica.org/content/view/460/129/>. Visitado: 24 de marzo de 2007