

Periodismo de calidad para una sociedad global

Josep Lluís Gómez Mompart

Josep Lluís Gómez Mompart es historiador y doctor en Ciencias de la Información. Actualmente es profesor de Historia de la Comunicación en la Universitat de València. Ha publicado recientemente (junto con E. Marín), *Historia del periodismo universal* (Síntesis, 1999).

En 1910, Max Weber se preguntó cómo afectaría el desarrollo de la prensa a la naturaleza de la cultura moderna y señaló los efectos previsibles: I) que la prensa seleccionaría los temas que serían expuestos en la esfera pública, II) que elaboraría esos contenidos de una manera determinada, y III) que tendría una influencia sobre el conocimiento y las expectativas de los individuos. En los albores de la sociedad de la información, casi un siglo después, sus previsiones se han corroborado con creces y ahora ya nadie duda de que, social y culturalmente, resulta inexplicable el mundo en que vivimos sin entender la centralidad que ocupa la comunicación en el desarrollo de múltiples actividades preferentes. Así, por ejemplo, para comprender las diversas esferas de la producción cultural (el arte, la literatura, la ciencia, la filosofía, etc.) conviene entender cómo éstas se relacionan con la televisión y cómo este medio de referencia dominante las condiciona. Más aún, puede decirse que en los últimos lustros la lógica televisiva ha impuesto unos modos a la política formal e, incluso, al funcionamiento de la democracia. Decir, pues, que el llamado «campo mediático» (y en lo concerniente a la información, el periodístico) es uno de los más importantes y, estratégicamente, decisivos, no es ninguna exageración.

Un campo es un espacio social estructurado y la condición para que pueda existir es que tenga una cierta autonomía de otros campos, o sea, que presente unas reglas particulares. Pero como cualquier otro ámbito social organizado, un campo es un espacio donde las fuerzas presentes compiten entre ellas. El campo mediático y/o periodístico hace referencia al de la comunicación social, en el cual se inscriben los medios informativos –unos dominantes y otros dominados, que luchan por conservar o transformar su situación–, pero también hay que situar a los sujetos sociales y a las prácticas comunicativas que éstos desarrollan con o sin los medios de comunicación. Y, entre otras razones, hay que hacerlo así porque los estudios más solventes ya hace tiempo que interpretan los nuevos fenómenos comunicativos como prácticas culturales complejas.

Desde esta perspectiva, el «campo periodístico –según Pierre Bourdieu– es un microcosmos con leyes propias y que se define por la posición que ocupa en el mundo global y por las atracciones y las repulsiones que recibe por parte de otros microcosmos» (1997: 45). En este sentido, para entender qué hace un determinado medio, por qué trata o no un tema y cómo lo aborda, no sólo hay que saber quién es su propietario, sino que hay que conocer la posición que ocupa ese medio en el campo –un índice que se mide por su peso económico, por su cuota de mercado, por su singularidad (modelo o formato, impronta tecnológica, forma/fondo, talante) entre otros parámetros–, pero también hay que considerar su peso simbólico, más difícil de evaluar; o sea, qué representa y si tiene o no influencia sobre los demás medios; por ejemplo, si impone o copia una modalidad periodística.

Asimismo, Bourdieu ha señalado que «el campo periodístico debe su importancia en el mundo social al hecho de que ejerce un monopolio efectivo sobre los instrumentos de producción y difusión a gran escala de la información y, a través de estos instrumentos, sobre el acceso de los ciudadanos corrientes pero también del resto de productores culturales –sean expertos, artistas, escritores– a lo que a veces se denomina ‘el espacio público’, es decir, a la gran difusión» (1997: 53).

Esta lógica refuerza la uniformidad mediática en vez de la diversidad, hasta el extremo de imponer al conjunto del campo unos criterios comunes de selección, jerarquía e, incluso, de propuestas de interpretación. Dicha lógica se debe, en buena medida, a que los periodistas interiorizan reglas y estrategias, mediante procesos de asimilación que se expresan como esquemas de percepción de la realidad y que les lleva a actuar de manera similar a todos ellos. Esas regularidades asociadas produce lo que Bourdieu denomina «habitus», o sea, un «sistema de disposiciones durables, estructuras estructurantes predispuestas a funcionar como estructuras estructuradas» (1993: 72).

De aquí la importancia de controlar el discurso periodístico contemporáneo, dado que mediante el mismo la prensa, la radio y la televisión elaboran un universo de representaciones simbólicas con propuestas de cosmovisiones, a la vez que construyen una realidad propia con pretensiones de ser reflejo de la realidad social. El hecho de que los medios de comunicación destaquen algunos acontecimientos y que fabriquen otros con el fin de fijarlos públicamente es una cuestión primordial y de ahí la importancia de la pugna de los medios y de las fuentes por el control social de los procesos de codificar e interpretar la realidad, puesto que toda sociedad instauradora de un orden económico, social, político... también lo es de un orden simbólico y cultural.



Lee Friedlander,
Galax, Texas, 1962

Sin embargo, la secuencia entre lo que se difunde y lo que se percibe no es mecánica, sino dinámica e incluso contradictoria, dado que la recepción es un proceso de significación social, es decir, que los procesos de comprensión e interpretación de los temas que transmiten los medios de comunicación se inscriben dentro de contextos sociales y culturales.

Preguntarse ahora por qué se habla tanto de un tema y no de otro, con independencia de que sea un hecho social destacado, como lo es la denominada «globalización» (término que puede entenderse referido a distintos asuntos, como la economía, la política, la justicia, la cultura, etc.), es también el resultado de las estrategias comunicativas y de las rutinas informativas de emisores potentísimos y de grandes grupos multimediáticos.

Caras de la globalización socioeconómica

La globalización es, en ese sentido, causa y efecto de esa acción, motor y explosión de esa dinámica de generación y desarrollo de poner nombre y darle personalidad a un proceso social de importantes dimensiones históricas y que, sintéticamente, se ha gestado en el marco de la carrera lucrativa del capitalismo transnacional en convergencia con la expansión de las telecomunicaciones y de la informática. El término «global» —como recordara Armand Mattelart (1997: 11)—

viene de los tiempos de la «guerra fría», dado que el Pentágono tildaba a la Unión Soviética nada menos que de «enemigo global» (cuyas reminiscencias nos traen a la memoria diversas producciones bélicas de la factoría Hollywood).

No obstante, «la entronización de la noción de globalización no ocurrirá sino en los años ochenta, bajo los auspicios de la geoeconomía, y no bajo los de la geopolítica, bajo el timón del pragmatismo del mercado y no bajo las especulaciones de sociólogos y politólogos» (Mattelart, 1997: 12). De todos modos, aquel término de «global» tan asociado a la guerra de los bloques se civilizaría o domesticaría gracias al ingenio del comunicólogo Marshall MacLuhan al idear la metáfora de la «aldea global», que tanta fortuna ha hecho: aparentemente, la «aldea global» supondría que todos estaríamos conectados a escala planetaria e intercambiándonos información, omitiendo las desiguales posibilidades tecnológicas y el desequilibrio de los flujos comunicativos. La realidad es otra, un simple ejemplo, en todo el planeta sólo un tres por ciento de la población utiliza Internet.

De entrada, cabe decir que la globalización es un asunto descarnadamente económico y que Noam Chomsky la ha definido de una manera muy gráfica al señalar que implica «una economía mundial de ‘casinos globales sin estado’, en la que las actividades depredadoras cada vez más sustituyen a la producción real» (1998: 34). Parece claro que tras la mundialización económica se esconde la economización del planeta, lo que supone la reducción de cualquier aspecto de la vida a términos y parámetros económicos. De este modo, la aventura capitalista, que comenzó con la mercantilización de bienes y la tenencia de propiedades, llega a su culminación con la mercantilización del tiempo y la experiencia humana (Rifkin, 2000). Este proceso de globalización implica una ideología del dominio total y una guerra despiadada a cuanto se oponga a ello –por supuesto, en nombre de la libertad y el avance–, como muestra la brutal reacción a las manifestaciones de protesta a la cumbre del G-8 en Génova en julio de 2001.

Básicamente, la globalización económica se muestra, en el plano personal, a través de un cambio en el modelo de las relaciones sociales y en el de las formas de consumo. Con respecto al primero, podemos acudir a infinidad de reportajes televisivos, pero sobre todo al cine sociológico de los noventa: por un lado, ese cambio de las relaciones de producción ha tenido su cara glamourosa en diversas películas norteamericanas sobre yuppies y brokers particularmente de Nueva York y, por otro, su cara dramática ha sido mostrada sin recato en algunas películas británicas (*Riff-Raff*, *Raining Stones*, *The Full Monty*, *My name is Joe*, *Brass Off*), en las que el paro, la inestabilidad laboral, los contratos basura, la marginación de los trabajadores inmigrados, la xenofobia, el racismo o las repercusiones de la drástica transformación de ciertos sectores industriales han aparecido muy crudamente, incluso, en países altamente desarrollados. En cuanto al cambio en las formas de consumo, se refleja, entre otros aspectos, en el refuerzo de lo simbólico –por ejemplo, en la codicia por las marcas– o en la obsesión por estar permanentemente «conectados» a través del teléfono móvil o de Internet.

Así pues, la globalización –que hace que las políticas económicas nacionales se diluyan en beneficio de una política económica internacional– supone multiplicar el bienestar de sectores socia-



George S. Zimbel,
Figura en la ventana, 1998

les de cualquier país con cierto poder adquisitivo al poner al alcance de esos beneficiarios miles de productos (materiales y culturales) de todo el planeta, mientras que mantiene a millones y millones de personas en su precariedad, cuando no las empobrece más si cabe, con lo que consolida y agranda tremendas desigualdades. Recordemos que, al inicio del siglo XXI, la séptima parte de la población mundial tiene hambre, la sexta parte carece de agua potable y casi la mitad no tiene un saneamiento apropiado. Pero, además, cada día mueren 30.000 niños por falta de alimentación, 250 millones de seres humanos son explotados laboralmente y mil millones están sin empleo. Y mientras que 1.200 millones de personas sobreviven con menos de un dólar diario, los 200 multimillonarios más ricos del mundo tienen una fortuna ocho veces mayor que el conjunto de los habitantes de los 48 países menos adelantados de la Tierra.

En consecuencia, es lógico que la globalización en tanto que «nueva epopeya de la virilidad» –como la tacha Pierre Bourdieu (2000)– tenga sus defensores y detractores, a los que por razones obvias no vale la pena referirse, pero sí, en cambio, mencionar alguna voz singular que, sin encandilarse en los beneficios rápidos ni querer malgastar los recursos naturales o estropear la situación medioambiental, ve en la globalización posibilidades de mejoras para los desfavorecidos. Tal vez, resulte ilustrativa la opinión de Muhammed Yunus, conocido como el «banquero de los pobres» de Bangla Desh, quien cree que la globalización ofrece una oportunidad única para mejorar las condiciones de vida del Tercer Mundo. Según él, por primera vez podemos acabar de verdad con la pobreza. Pero para ello –añade– hay que aspirar a controlar lo más posible los nuevos recursos tecnológicos y dirigirlos hacia fines sociales y democráticos.

Globalización y crisis informativa

Otro tema relacionado con el denominado «globalismo», estrictamente ligado al campo mediático, es lo que se conoce como nuevo «periodismo global», que muestra de manera palmaria los cambios principales en la labor periodística, algunas de cuyas consecuencias negativas se aprecian desde hace unos años. El llamado nuevo «global journalism» hace referencia no a la información de hechos relevantes internacionales que solían (y suelen) tratar los diarios de elite, sino a aquel periodismo que conforma una agenda temática inducida por la globalización cultural en tanto que estrategia político-económica mundial. El nuevo periodismo global se forja en torno a 1990 debido a ciertas aplicaciones tecnológicas (como son las cámaras autónomas de televisión, los teléfonos móviles y los equipos ligeros de transmisión vía satélite), en el marco de la trascendencia de ciertos hechos (la caída de Ceaucescu; la Guerra del Golfo; el asalto al Parlamento ruso; las guerras de la ex Yugoslavia; los genocidios en Ruanda y el Zaire) que se convirtieron, por su envergadura, pero también por su dimensión de noticia mediática mundial, en acontecimientos históricos transmitidos casi al momento, cuestión ésta inusual y excepcional hasta entonces.

En torno a 1990, la televisión relevó definitivamente a la prensa escrita –incluso a la de mayor calidad e influencia– en cuanto a ser el medio informativo no solamente de mayor audiencia e influencia, aspectos éstos que ya venían de lejos, sino que se convirtió en dominante y de referencia obligada para los demás medios, o sea, el que marca las pautas, selecciona muchos temas, impone los enfoques, fuerza los debates, escoge los escenarios, legitima a los personajes, etc. Y algo que es crucial en la cultura periodística, la televisión pasó a ser el medio que define el estilo de qué es noticia, es decir, qué es lo excepcional para los profesionales y cómo lo excepcional debe presentarse (Gómez Mompart y Marín, 1999: 251). De este modo y a partir de ese momento, el deno-

minado «periodismo global» estará muy pendiente de la televisión, puesto que este medio describe y ordena la representación del mundo compartido por millones de ciudadanos de todo el planeta. Con arreglo a esa matriz periodística, la mayoría de los profesionales de la información elaboran el discurso sobre el mundo común contemporáneo.

En esta etapa de la historia del periodismo, la versión de la televisión se ha impuesto, en especial, por su capacidad instantánea de mostrar con emoción el patrón verídico de las noticias o, al menos, el más verosímil. La verdad que se acepta como el hecho noticioso por excelencia de esta época es, en definitiva, la convención cultural de la información televisiva, cuya modalidad más potente y actual es la información en «tiempo real». Sin embargo, la información en «tiempo real», habitualmente denominada «en vivo» o «en directo» es, en esencia, la menos real, o sea, la menos profunda y explicativa. Esa información en «tiempo real» suele ser superficial y espectacular y el periodista, a menudo, desaparece, irrumpiendo tan sólo la noticia, que no hay que confundir con el hecho. La noticia –en su sentido estricto periodístico– es un artificio que sirve para narrar o describir un hecho, extraído –y a veces descontextualizado– de la realidad, a través de unas técnicas institucionalizadas y mediante unas rutinas productivas, con el fin de presentar un mundo verosímil que pretende legitimarse.

Como resultado de todo ello, y de otros factores de índole sociopolítica, tecnológica y mediática, durante la década de los años noventa del siglo pasado el periodismo convencional agudizó su crisis

hasta el extremo de que autores –entre otros, Squires (1993) y Ramonet (1998)– hablaran de la «muerte del periodismo». De todos modos, las transformaciones radicales en el periodismo occidental, cuya transición se inició en los años ochenta pero cuyos efectos palpables e inquietantes no se percibieron hasta años después, pueden contemplarse en una doble cara como causa y efecto de signo distinto:

a) Frente a los problemas derivados de las innovaciones tecnológicas, éstas supusieron también

ampliación de los sistemas informativos.

b) Las crisis políticas (como el fin de los «bloques» y la «guerra fría») implicaron desconfianza de las ideologías holísticas.

c) Los cambios socio-ideológicos, que hicieron emerger el denominado «pensamiento único», dispararon la contestación pacifista-ecologista e hicieron aflorar nuevas formas de organización y acción social.

d) A la par que aparecían grandes complejos transnacionales, derivados de la concentración multimediática, proliferaron los medios de comunicación de proximidad.

e) Las modificaciones en el sector de los periodistas (formación, estatus, condiciones de trabajo, moda y cultura profesionales, etc.) evidenciaron el malestar de muchos profesionales por la precarización laboral y la rutinización profesional.

f) El auge del valor-noticia sensacional implicó la ruptura de la hegemonía de lo noticioso de los medios elitistas de prensa.

Como resultado de todo ello, en los últimos años se han constatado las siguientes crisis: del periodismo de indagación e investigación; del periodista como intermediario entre acontecimientos y público; del periodismo interpretativo-racional; del periodismo como servicio público en tanto que



George S. Zimbel,
*Andrew mira a través de la
ventana, 1962*

control cívico; del periodismo informativo de datos/hechos y de lo nuevo (lo no anunciado); del periodismo independiente y crítico; del periodismo de noticias socialmente relevantes; y del corresponsal y del fotoperiodista de guerra críticos, autónomos y con *background* de los hechos a informar.

El periodismo cívico como necesidad

A tenor de algunas de estas crisis, cuyas consecuencias se reflejaron en la pérdida de la credibilidad periodística y el desinterés de la opinión pública por la información política, tras la campaña electoral norteamericana de 1988 saltó la alarma en el sector informativo, hasta el punto de que cada vez se hizo más evidente que había que tener más en cuenta el punto de vista de los ciudadanos a la hora de confeccionar la agenda temática, a la vez que presentar las informaciones de tal manera que permitieran a los ciudadanos una mayor participación cívica en los asuntos que conciernen a la comunidad. Así nació en EEUU el denominado periodismo cívico o público. El periodismo cívico, por tanto, intenta contemplar a sus lectores no como simples consumidores, sino como ciudadanos activos, los cuales no sólo tienen derecho a participar en la vida pública más allá del voto, sino que conviene facilitarles elementos que permitan un buen conocimiento de la realidad y canales que propicien el debate. La premisa principal del periodismo cívico es que sin periodismo no puede funcionar la democracia y que sin democracia el periodismo no es necesario, lo cual supone la máxima –a veces olvidada– de que sin libertad no es posible el periodismo y que ambos son consubstanciales a la democracia.

Dicho movimiento cívico que, en 1996 ya involucraba a 80 diarios (entre ellos, *The Boston Globe*, *San Francisco Chronicle*, *The Seattle Times*, *Minneapolis Star Tribune*, *Dayton Daily News* de Ohio, *Wisconsin State Journal*, *Wichita Eagle* de Kansas, *Virginian Pilot*), en el 2000 alcanzó a 170 medios (prensa, radio y televisión) que practicaban ese periodismo, juntamente con cientos de periodistas y miles de lectores interesados. Los planteamientos del periodismo cívico explican que sus activistas pusieran el acento en el término de «público», pese a que parecería una redundancia, dado que el periodismo en sí mismo es una actividad profesional de carácter público. Pero denominar a ese movimiento «periodismo público» representó insistir en la esencia del periodismo según la tradición liberal en su sentido radical (progresista) y, a su vez, llamar la atención de que el periodismo que se estaba practicando se alejaba cada vez más de su propia razón de ser y del papel que en líneas generales ha desempeñado en los países de tradición democrática.

Los periodistas Llúcia Oliva y Xavier Sitjà recogían, en un artículo sobre el tema, las razones del surgimiento y desarrollo de ese movimiento norteamericano. Citaban a David Merritt, uno de los precursores del periodismo cívico, quien en su libro *Public Journalism & Public Life: Why Telling the News is Not Enough*, advertía que «el periodismo público va más allá de relatar las noticias, tiene la misión más amplia de ayudar a que funcione mejor la vida colectiva. Este periodismo salta del concepto tradicional de que el periodista se ha de desvincular de los acontecimientos que cubre a hacerlo un participante activo de la vida colectiva. Va más allá de describir qué va mal y se imagina cómo serían las cosas si fueran bien» (Oliva y Sitjà, 1996: 30).

Asimismo, dichos periodistas catalanes explicaban la técnica de este nuevo periodismo, señalando que consiste en sustituir las noticias episódicas por las informaciones temáticas. Las primeras son aquellas que informan de un hecho que, a menudo, suelen olvidar en poco tiempo por otro más llamativo, mientras que las segundas son aquellas que siguen el asunto, haya o no saltado la chispa, con el fin de averiguar su trasfondo para estimular la reflexión al respecto. De este modo, se contribuye a que la gente no consuma superficialmente el tema, sino que se ponga a debatirlo y se interese en el

porqué de la cuestión. Por ejemplo, «el periodismo cívico –dicen Oliva y Sitjà– trabaja en proyectos que pueden durar meses. Comienza dando información continuada sobre una problemática en contacto con los que la viven: droga, violencia, maternidad juvenil, enseñanza, paro, etc. Pregunta también a los responsables políticos. Publica investigaciones periodísticas sobre el tema, hace encuestas, análisis y finalmente pone cara a cara a ciudadanos y políticos para buscar alternativas» (1996: 30).

Algunas personas podrían objetar que de alguna manera eso es lo que hacen algunos programas radiofónicos y televisivos al abordar temas candentes. Sin embargo, los mismos autores contestan a esa observación con palabras del periodista James Fallows quien, en su libro *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, responde de la siguiente manera: «Los periodistas tienen dos posibilidades, simplemente entretener al público o hacerlo partícipe de los asuntos públicos. Si sólo quieren entretener, los periodistas pueden seguir centrándose en el conflicto y el espectáculo (...). Pero utilizando las tertulias y otras técnicas superficiales, los periodistas acabarán todavía más desprestigiados y servirán menos al público» (Oliva y Sitjà, 1996: 28).

El periodismo cívico, sin embargo, también recibe críticas. Por un lado, quienes dicen que las páginas de los periódicos deben servir para explicar los acontecimientos de la comunidad no para organizarla o quienes recuerdan que, en la base, los planteamientos de esa tarea periodística no es otra que la del buen periodismo. Y, por otro, quienes acusan a esa modalidad periodística de ser una estrategia para ganar público, cosa por otra parte cierta según han reconocido algunos editores que se apuntaron a la experiencia para ampliar la clientela.

La profesora colombiana de Periodismo Ana María Miralles rebate ese enfoque estrecho a partir de experiencias de acciones ciudadanas en su país, afirmando que «el periodismo cívico o periodismo público es más que una nueva modalidad para el tratamiento de la información. No se le puede confundir con un método o con una de tantas innovaciones que de vez en cuando se dan en el campo periodístico, ni entenderlo como una estrategia para captar audiencias. Sus propósitos son mucho más de fondo. En realidad, se trata de una sugestiva invitación a traspasar las fronteras del periodismo tradicional y a involucrarse en la esfera de la deliberación pública» (1998: 1).

En su trabajo, esta autora recoge el reclamo de Margaret Somers, según el cual es necesario la construcción de un tercer espacio, es decir, el ámbito de la ciudadanía, al que debe contribuir el periodismo cívico por estas razones: «Los propósitos del periodismo cívico giran en torno a la idea de reconectar a los ciudadanos a la vida pública, potenciar la capacidad de deliberación de la ciudadanía, ofrecer información con miras a la participación, apoyar a los procesos ciudadanos con un buen cubrimiento y especialmente un adecuado seguimiento, dar elementos para la creación de capital social, al tiempo que pone a los medios en calidad de actores y promotores del diálogo social. Todo ello sin favorecer una solución o un interés particular (...)» (Miralles, 1998: 12). Lo que le lleva a Miralles a concluir que si la tarea fundamental de este periodismo cívico es la construcción de ciudadanía, esa praxis supone una invitación a replantear el concepto clásico de opinión pública.

Otra muestra del malestar en el ámbito periodístico norteamericano fue el Manifiesto que elaboró al filo del cambio del milenio el Committee of Concerned Journalists, asociación integrada por reporteros, editores, propietarios y estudiosos del periodismo. Estos son sus principios: 1) decir siempre la verdad; 2) servir a los ciudadanos y al interés público por encima de todo; 3) controlar el poder y dar la voz a quienes no la tienen; 4) ser una plataforma para el debate, la crítica y el compromiso; 5) utilizar medios éticos de verificación; 6) mantener la independencia, evitando el partidismo; 7) dar noticias relevantes de manera que interesen a la gente; 8) dar las noticias en la proporción adecuada a cada una; y, 9) ser honesto con uno mismo.

Nuevos relatos para las noticias

Parece pues evidente que la práctica periodística de las últimas décadas ha tocado techo. Dicho con otras palabras, las maneras que hasta ahora habían servido a los periodistas más competentes y a los medios de información más serios para explicar el mundo están parcialmente oxidadas. Las tecnologías de la información y la comunicación han cambiado drásticamente en menos de un cuarto de siglo y, especialmente, a lo largo de los años noventa del siglo pasado. Los procesos de globalización económica y de mundialización cultural ya comienzan a ser suficientemente conocidos y cuestionados por grandes mayorías, y las repercusiones en el campo periodístico nos han dejado a todos descolocados por los estilos que se han impuesto y porque la separación entre emisores y receptores, merced a Internet, se ha difuminado.

Como advierten algunos de los autores citados, la crisis del periodismo no sólo es de crecimiento o de orientación. Es debida a múltiples factores, algunos derivados de las transformaciones radicales operadas en el seno del sector mediático. Pero otras modificaciones son fruto de la mutación que se está produciendo en el ecosistema comunicativo. Como resultado de todo este conjunto de cambios, algunos relativamente imprevistos e incluso desconocidos, la función social más relevante del periodismo —que es la de intentar explicar lo que pasa en el mundo pero que sea de interés general— ya hace un cierto tiempo que parece no cumplir con ese objetivo principal. Con la excusa de las limitaciones inherentes a la información atractiva de actualidad (la inmediatez y el entretenimiento) o todo parece trivial o bien muchos temas resultan un tanto incomprensibles.

Cotidianamente, muchos periodistas y muchos ciudadanos percibimos esta crisis del periodismo al darnos cuenta de que las maneras de explicar o relatar los acontecimientos importantes resultan insolventes o insuficientes, y que muchos términos y expresiones de los lenguajes periodísticos —de forma parecida a la jerga que emplean bastantes políticos— dicen muy poco, no comunican, o lo que es peor, esconden o enmascaran la realidad y los hechos. Y no siempre por manipulación mal intencionada, sino porque esa práctica periodística parece haberse vuelto burocrática, inútil. En otras ocasiones, asuntos o temas que ya debían haber merecido atención informativa, por novedosos (pues esa es la esencia de la noticia), se soslayan y no siempre por desidia u ocultación interesada, sino porque las rutinas productivas (las maneras habituales de obtener, tratar y presentar la información) son tan protocolarias que, a menudo, pesa más la agenda de actos / hechos previstos que la misma información de actualidad.

Todo ello nos sugiere que precisamos un periodismo que se ponga al día, un periodismo capaz de explicar un mundo más complejo, una realidad menos aparente y encorsetada, unos problemas complicados pero resolubles, unas aspiraciones sociales legítimas inexcusables, etc. Y todo eso no puede hacerse con una enseñanza periodística envejecida, con unos géneros y formatos anquilosados, con un léxico y un lenguaje tópicos, con unos mimetismos rancios ni tampoco con un inmovilismo empresarial y profesional, puesto que si no hay más investigación y desarrollo —y no sólo en términos de rentabilidad económica, sino también social, política, cultural y, por supuesto de calidad— las crisis mencionadas persistirán, e incluso se agrandarán, poniendo en peligro las sociedades democráticamente consecuentes, es decir, abiertas, plurales, justas, equitativas y sostenibles.

Una vez más, EEUU también ha sido el país pionero en algunas de estas preocupaciones. Y así lo explica la periodista Llúcia Oliva:

La Sociedad Americana de Editores de Periódicos puso en marcha en 1997 un programa de tres años, valorado en 1,2 millones de dólares, para averiguar por qué los periodistas han perdido credibilidad y qué se puede hacer para recuperarla. Otro esfuerzo es el proyecto para conseguir la excelencia en el periodismo que busca clarificar y mejorar la calidad del periodismo que se ejerce en los Estados Unidos. El programa más ambicioso, dentro de este proyecto, es el que analiza

la calidad del periodismo en las televisiones locales. En los últimos dos años [1998 y 1999] analizaron los informativos de 59 estaciones de televisión de 19 ciudades norteamericanas. Con la participación de periodistas y estudiosos de la comunicación, el programa identificó diversos elementos que definían la calidad de un informativo (...). Elaboraron un ránking de calidad (...) y lo compararon con las audiencias. La conclusión fue que la calidad hace subir la audiencia, pero que la calidad cada vez es más difícil encontrarla en los informativos de TV locales (2000: 64).

Llegados a este punto, debemos plantearnos, por un lado, qué formas narrativas hay que desarrollar para que el periodismo relevante informativa y democráticamente no traicione sus propias bases históricas y, por otra, cuáles deben ser los principios que han de considerarse para ejercer un buen periodismo, es decir, sobre qué ejes debe redefinirse el periodismo de calidad. Sobre la primera cuestión, sólo indicaré —por razones de espacio— las orientaciones que deberían servir de guía para la innovación en la construcción y elaboración de los relatos periodísticos.

Dado que se han impuesto y arraigado los aspectos de espectacularización de la información y los enfoques emotivos, en buena medida como matrices consustanciales al hecho audiovisual, la información periodística de ningún medio puede sustraerse a esas leyes. Así las cosas, podemos decir que el paradigma «literario» ha sido desplazado por el paradigma «teatral». En cuanto al hecho narrativo, la crónica de los hechos actuales debe superar los esquemas de la crónica medieval (de héroes) o la historiografía de acontecimientos (de gestas y protagonistas) tan frecuente en los tratamientos periodísticos, para lo cual habrá que retomar como modelos el llamado reportaje novelado y las corrientes historiográficas socioeconómicas y de las mentalidades.

En cuanto a la segunda componente, la teatral, tal vez la solución pase por recuperar las tesis de Bertolt Brecht respecto del teatro épico frente al dramático. Recordemos que, en esencia, el teatro épico se opone al tradicional, rechaza la identificación del espectador con el héroe, promoviendo una actitud crítica, y la identificación del actor [periodista en nuestro caso] con su personaje [o con su noticia], manteniendo una actitud mostrativa, distante. De manera sintética, estos serían los fundamentos de la elaboración de textos periodísticos en ambos casos:

Forma dramática de la noticia

Encarna un acontecimiento
Envuelve al receptor
Ocasiona sensaciones y emociones
Le participa simplemente vivencias
El receptor es introducido en la acción
Se trabaja mediante la sugestión
Se dan los sentimientos en forma directa
Se induce al receptor a participar
El humano se da como algo conocido
El ser y las cosas suelen ser inmutables
Todo funciona para el objetivo prefijado
El mundo tal como parece que es
Acontecer lineal, a menudo sin relaciones
La naturaleza no hace saltos y es fatalista
El ser humano es instintivo
Se apela sobre todo a los sentimientos

Forma épica de la noticia

Narra los acontecimientos
Hace del receptor un observador
Despierta interés, preocupación y actitudes
Le participa sentimientos y conocimientos
El receptor es colocado frente a la acción
Se trabaja mediante argumentos
Muestra sentimientos para comprenderlos
Se induce al receptor a entender
El humano puede y debe ser conocido
El ser es cambiado y cambia las cosas
Todo en función de la comprensión global
El mundo complejo tal como deviene
Interrelación y contextualización de hechos
La naturaleza hace saltos y es dialéctica
El ser humano tiene motivos
Se apela preferentemente a la razón

*De la tradición
a la innovación*

En el nuevo mundo que se está conformando actualmente se precisa de una nueva forma de conseguir y relatar la información más ajustada a la realidad, o sea, más sutil, más clarificadora, más provechosa para la ciudadanía en general. Necesitamos un periodismo más útil socialmente, homólogo de la rica tradición del periodismo de calidad, en sus diversas modalidades y tradiciones emblemáticas a lo largo del siglo xx, algunos de cuyos ejemplos singulares (*The New York Times*, BBC, *The Washington Post*, *Le Monde*, *Süddeutsche Zeitung*, *The Guardian*, *Le Nouvel Observateur*, *Der Spiegel*, *The Observer*, *Le Monde Diplomatique*, *Channel Four*, PBS, 60 Minutes-CBS, *The Economist*, *The New Yorker*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Asahi Shimbun*, *Die Zeit*, *Newsday*, *El País*, *Libération*, *La Repubblica*, *The Independent*, etc.) sirvieron de escuela para otros medios y que, en conjunto, han contribuido al desarrollo de un bienestar generalizado en los regímenes democráticos.

En ese sentido, la emergente sociedad de la información demanda un periodismo de complejidad, dado que un periodista, en tanto que intérprete de la realidad social, difícilmente podrá explicarla si no la entiende; mal la transmitirá si no es más hábil en el conocimiento y manejo de las tecnologías comunicativas; no resultará convincente si no es diestro en la expresión de los nuevos lenguajes y narrativas; no será respetado y considerado cívicamente si no resulta honestamente creíble y no apuesta por la información en tanto que bien público y no como una simple mercancía; y, finalmente, no disfrutará con su trabajo si no se forma y recicla de manera innovadora y ejerce de forma creativa, en consonancia con todo lo anterior.

A partir del seguimiento de los medios destacados en el periodismo internacional y de acuerdo con la mayoría de las críticas aquí expuestas, que recogen in extenso buena parte de las quejas que diversas organizaciones profesionales de periodistas europeos han manifestado en sus congresos y sesiones de autocrítica sobre su profesión y el campo periodístico de los últimos años, enumero el conjunto de principios y elementos que –en mi opinión– deberían tenerse en cuenta en el siglo XXI, por un lado, para calibrar la calidad periodística de un medio preferentemente informativo y, por otro, como conjunto de principios para el ejercicio de un periodismo de calidad. Los aspectos a considerar se pueden agrupar en cuatro apartados:

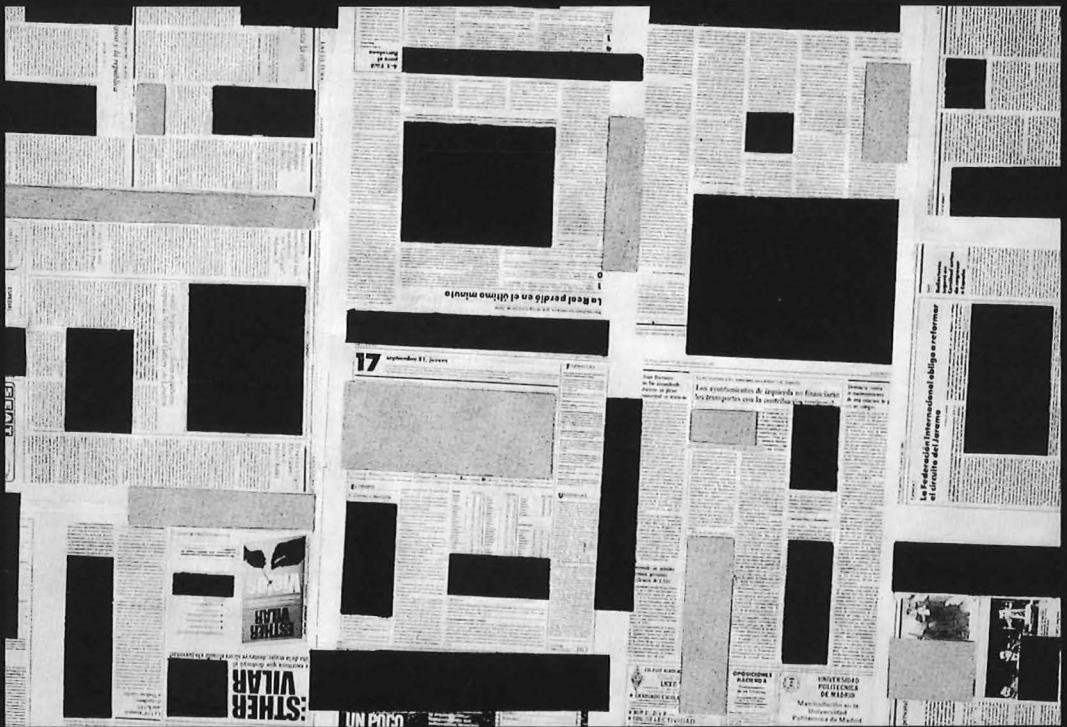
A. Cuestiones éticas y deontológicas: veracidad; responsabilidad; honestidad; seriedad; separar información y publicidad; no mezclar información y opinión; equidad; contraste; no aceptar regalos, prebendas y sobornos; legalidad democrática; derechos humanos.

B. Fuentes y documentación para las informaciones: comprobar los hechos; indagar e investigar los temas; utilizar fuentes de primera mano; trabajar con fuentes plurales; verificar las fuentes; no asumir fuentes ajenas sin identificarlas; explotar bancos y centros de datos; consultar expertos; buscar antecedentes de los hechos; contextualizar y relacionar los casos.

C. Tratamiento y desarrollo de las noticias: abordaje completo del tema; enfoque adecuado; mirada no androcéntrica; coherencia interna de la noticia; género y/o texto pertinentes para el caso; lenguaje e imágenes válidas; espacio y/o tiempo ajustados; presentación atractiva; escritura y/u oralidad cuidadas; léxico preciso; relatos agradables.

D. Relación con la opinión pública: información de interés público; noticias relevantes; independencia de poderes e instituciones u organizaciones; autonomía de conceptos, teorías e ideologías; discurso abierto; contribuir a la reflexión; coadyuvar a la deliberación; promover ciudadanía; huir de descalificaciones; rehuir el conflicto.

Finalmente, no será asunto fácil poder tener en cuenta todas las observaciones a las que me acabo de referir, dado que los tiempos que corren, tanto a escala mundial como en el seno de la mayoría de las empresas informativas, no facilitan esa tarea a los periodistas. De aquí que con venga recordar en estos momentos de crisis y transformaciones globales que cualquier intérprete de la realidad social que quiera ser coherente con el sentido de la información en tanto que bien público y del periodismo como instrumento imprescindible para la democracia, deberá esmerarse en cumplir con los requisitos que Bertolt Brecht calificaba de virtudes en 1935 para poder decir la verdad: coraje, inteligencia, arte, juicio y astucia.



Carmen Calvo,
Serie Escrituras, 1980

Referencias

BOURDIEU, P. (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Edicions 62.

(2000): *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

CHOMSKY, N. (1998): *Discurso de investidura como doctor honoris causa de la Universitat Rovira i Virgili*, Tarragona.

GÓMEZ MOMPART, J. L. y MARÍN, E. (eds.) (1999): *Historia del periodismo universal*. Madrid: Síntesis.

MATTELART, A. (1997): «Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo», *Diálogos de la Comunicación*, n° 50.

MIRALLES CASTELLANOS, A. M. (1998): «¿Qué es el periodismo cívico?», ponencia presentada en el IV Congreso de ALAIC (Asociación Latinoamericana

de Investigadores de la Comunicación), celebrado en Recife, mimeografiada.

OLIVA, LI. (2000): «Preocupació als EEUU», *Capçalera*, n° 101, noviembre de 2000.

OLIVA, LI. y SITJÀ, X. (1996): «El periodisme cívic recupera el prestigi. Noves maneres d'informar s'obren camí als Estats Units», *Capçalera*, n° 69.

RAMONET, I. (1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.

RIFKIN, J. (2000): *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

SQUIRES, J. (1993): *¡Chantaje a la prensa! La comunicación en manos de las grandes multinacionales*. Barcelona: Prensa Ibérica.

