

Siglo XXI: periodismo de usar y tirar

por **Rosa María Calaf**

*Conferencia pronunciada
el 9 de noviembre de 2010*

Forum Deusto

Siglo XXI: periodismo de usar y tirar

Rosa María Calaf
Periodista galardonada

En este s. XXI el periodismo está en la UVI, es un enfermo terminal. Eso dicen ¡los optimistas! Esta afirmación puede que parezca una broma, una provocación. Sin embargo, no anda lejos de la realidad. Señalaba Juan Marsé, al recibir el premio Cervantes, que la literatura debía estar hecha de buenas historias. Bien, pues el periodismo debe estar hecho de buena información.

No es una obviedad, aunque pudiera parecerlo. La cobertura rigurosa y en profundidad de temas esenciales, que exija responsabilidades a los poderosos ha dado paso a una tóxica mezcla de sensacionalismo, trivialidad y manipulación. En suma, de lo que ya ha dado en llamarse info-entretenimiento.

Tanto es así, y es así en todas partes, que el presidente Obama ha tratado este año el tema del mal periodismo tanto en un discurso en la Universidad de Michigan como en la cena anual con los corresponsales acreditados en Washington. Habló de momentos difíciles, de cambios estructurales, de ansiedad e incertidumbre ante el futuro. Así como de que del éxito de la industria de la información depende el éxito de la democracia, que necesita una prensa seria y activa.

El presidente norteamericano pedía honestidad, rigor, ética ante los juegos políticos y económicos. Es un momento de renovación y reinvención y en eso hay que esforzarse, insistió.

Voy a referirme, primordialmente a la televisión, que es lo que mejor conozco, aunque males y bondades son compartidos por todos los medios, en general. Hay una primera pregunta clave: ¿los medios de comunicación son espejo de la realidad? O, por el contrario, ¿son un simple maquillaje de la misma para hacerla más productiva? Entre los serios problemas con los que se enfrenta la sociedad en todo el mundo está, por una parte, la digestión de la sobrecarga de información diaria.

Por otra, la garantía de que la información responda a la verdad y llegue a los receptores con la eficacia y la solvencia debidas.

La avalancha de comunicaciones instantáneas, es decir, los móviles, los faxes, el teléfono satélite, internet están creando un muro de ruido y un movimiento frenético. Como si una tiránica tecnología buscara suspender los momentos de silencio y de reflexión.

Es vital para periodistas y ciudadanos disminuir el *tempo* de nuestras vidas y ampliar el espacio de nuestra atención. El gran reto, en esta época, es que seamos capaces de distinguir, como decía Antonio Machado, las voces de los ecos.

En la película *«la sombra del poder»*, que encara la crisis de la prensa actual, se acusaba a los blogs de ocuparse de rumores y opiniones y los confrontaba con el viejo periodismo escrito de investigación. Por extensión, podríamos hacer lo mismo confrontándolos con la vieja televisión del gran reportaje de investigación.

Thomas Jefferson, tercer presidente norteamericano, decía que: *«una nación ignorante nunca puede ser libre»*. Sin duda, no dejar saber es una forma de dominio. En una carta de 1787, afirmaba que *«si le daban a escoger entre un país con un gobierno, pero, sin periódicos o un país con periódicos, pero, sin un gobierno, prefería, sin dudar, esto último»*.

Me pregunto si pensaría lo mismo ahora ante unos medios en los que, a menudo, la charlatanería ocupa el lugar de la información fundada en el conocimiento serio y documentado de la realidad.

Los medios parecen olvidar que su función es crear una opinión pública sana capaz de ser bastión y defensa de las libertades y de la justicia. Curiosamente, en la época de la globalización y la tecnología de la información, estamos peor informados y los grandes temas internacionales interesan cada vez menos. Ocupan menor espacio, ocultos tras los rifeos locales, las grescas entre políticos, el morbo, las banalidades, la publicidad disfrazada de producto cultural, el deporte.

Es inquietante porque, cada vez más, lo que sucede lejos hoy nos afecta mañana. Pero, el periodismo se ha convertido en negocio y deja de ser servicio.

El periodismo como negocio

Cuando en Estados Unidos se decidió, hace ya unos cuantos años, que la información debía de dar dinero, la transformaron en mercancía.

El descubrimiento de este aspecto mercantil ha dirigido el gran capital hacia los medios de comunicación.

Aquellos periodistas en busca de la verdad, aquellos directores de cabeceras en busca de servir al ciudadano han sido reemplazados por empleados y por empresarios. Con frecuencia, trabajadores y patrones mediáticos responden al grupo y a sus intereses.

Parafraseando al gran teórico italiano Furio Colombo, podemos decir que los medios, especialmente la televisión, han convertido la realidad en espectáculo. En todo el mundo se ven inmersos en las mismas tendencias perversas, aunque unos sucumban más que otros.

El periodismo se está, pues, deteriorando y transformándose en otra cosa. Cotiza en bolsa y debe dar beneficios. En el Forum 2004 de Barcelona, se celebró una reunión de profesionales del periodismo en torno a una frase de un pasado congreso en Salzburgo: «las presiones del mercado están erosionando la calidad del periodismo».

Las amenazas contra la libertad de prensa, a lo largo de la historia, han sido de carácter político. En estos momentos, a comienzo del s. XXI, ha surgido un nuevo tipo de peligro: la presión económica.

Colocar, por ejemplo, en la portada de los periódicos y en los títulos del telediario la entrega del premio Príncipe de Asturias 2010 a la selección española de fútbol, cuando estaban premiados también grandes nombres de la literatura, del pensamiento, de la medicina, de la solidaridad significa dar prioridad a lo que vende sobre lo que es importante.

Cabe, además, preguntarse por qué se quiere considerar más importante el fútbol y cuál es el mensaje que con ello se envía a la sociedad.

La naturaleza de la prensa, vista como negocio, la ha hecho cambiar de forma drástica. El mercantilismo incentiva la mezcla de información y entretenimiento como estrategia para aumentar las audiencias y las ventas.

Se amplían los presupuestos para deportes, para los programas de cotilleo, para los *reality shows* y se recortan para la investigación periodística. Ha cambiado la presentación de la prensa en papel y la estética de los telediarios es la de un programa de sábado noche.

Recordemos, por ejemplo, la CNN cuando empezó con la práctica de colocar esas bandas en la parte baja de la pantalla a modo de titular: guerra al terror, guerra a la gripe aviar. O, la Fox cuando mostraba la alerta terrorista como si se tratara de una alerta meteorológica.

Se presentan las coberturas de catástrofes o de tragedias como las de un evento deportivo o musical. Asimismo, en los telediarios se pasa, a menudo, de un tema a otro sin una explícita diferenciación visual y de tono. Los más jóvenes, los menos preparados pueden confundir fácilmente la valoración.

Un veterano colega de la BBC me decía que las noticias de verdad y el periodismo auténtico murieron en los años 90 y que la televisión se ha convertido en un circo. Se difumina, con frecuencia, el principio de que si bien las opiniones son libres, los hechos son sagrados.

El juego del espectáculo

El criterio de selección de las noticias se basa, cada vez menos, en lo que debe conocer el ciudadano. Lo que impacta está por encima de lo que importa. Priman la banalización e, incluso, la deformación de la realidad.

Se ven periodistas con chaleco antibalas. Reporteras con velo, informadores con mascarilla cuando no es necesario, cuando alrededor hay personas locales que no los llevan. Efectivamente, queda mucho más vistoso, sin embargo, desinforma en lugar de informar.

Es como si hubiera que actuar, hacer un papel en el juego del espectáculo. Tal vez, porque la celebridad se alcanza no en base al talento y al esfuerzo en una tarea útil a los demás. Porque se confunde el éxito con la excelencia.

Hasta el lenguaje se pone al servicio del nuevo concepto de la información. Con frecuencia, se dice «vamos a ver unas imágenes espectaculares». En verdad, lo que se debería decir es «imágenes trágicas, dramáticas, tristes, intolerables...» sin embargo, todos estos adjetivos han caído en desuso porque lo único que llama la atención es que se acerquen al espectáculo.

En la cobertura de conflictos se han llegado a provocar acciones violentas, simulado disparos, inventando localizaciones en pro de imágenes efectistas. La escasa importancia dada a los contenidos, y la excesiva a las formas conduce a que se prefiera, a menudo, a alguien que dé bien en imagen, como si se tratase de un concurso, o de las variedades del sábado noche, a alguien que siga las pautas del entretenimiento antes que el buen hacer o el conocimiento de los temas.

En cierta ocasión, le oí decir a un colega británico: «ya están aquí los que saben mucho de cubrir crisis y nada de las crisis que cubren».

Los magos de la técnica han creado el hardware —la tecnología— y las empresas periodísticas invierten en ella. Pero, los periodistas son el software y en él no invierten apenas nada. La precariedad está ya generalizada. Se convierte al periodista en lector de comunicados de prensa, sin contrastar, sin verificar, sin confirmar.....

André Malraux decía que la verdad de un hombre empieza a partir de lo que oculta. Cada vez hay más empresas e instituciones dominantes que están consiguiendo una influencia desproporcionada en la construcción y diseminación de mensajes y, por tanto, de valores.

Dice Ignacio Ramonet, uno de los principales teóricos actuales sobre medios de comunicación, que queda definida una situación en la que se manipula, pero ni siquiera está claro cómo se hace. A menudo, no sólo no se reproduce la realidad, sino que, se produce.

La concentración mediática y el dominio de los medios por grandes empresas que no tienen nada que ver con el mundo de la información y si con otros intereses están cambiando el panorama periodístico.

Influencia de la tecnología

Los cambios del periodismo son facilitados por los cambios tecnológicos. Se ha pasado de la radio que imperaba durante la segunda guerra mundial a la guerra en directo en el salón o la televisión a la carta vía internet cuando y donde queramos.

No obstante, eso no significa estar mejor informados. Se reciben unas imágenes y unos textos, nada más. En Francia, después de la guerra del Golfo hubo una encuesta y el 67% de los periodistas dijo que la prensa no había hecho bien su trabajo. Se ha llegado a un punto en el que se quiere hacer creer que ver un acontecimiento en directo es sinónimo de comprenderlo y, de hecho, no es así.

La guerra fría ha sido sustituida ahora por la guerra contra el terrorismo. Antes todo eran comunistas y ahora todo son terroristas. Las cosas no son tan sencillas. Es primordial, además de la imagen en directo, disponer de claves para la interpretación y la comprensión de esa imagen.

Según una encuesta en Estados Unidos, las noticias se basan cada vez menos en hechos, confirmaciones y explicaciones. No se informa. Se informa a medias, cuando no, lisa y llanamente, se desinforma.

La información al instante

La realidad no es blanco o negro. Pero, la información al instante obliga a que se explique de esa manera. La instantaneidad puede ser positiva, hay que sacarle todo el provecho posible, pero, es peligrosa. Amenaza el análisis, la reflexión y el rigor en la información.

Junto al culto a la inmediatez se instala la obsesión por el directo. También, Ignacio Ramonet dice que hemos llegado a un punto en el que una información sin ninguna importancia, pero, en tiempo real, tiene más valor que una información con mucha importancia, pero, que llega en diferido.

Por otra parte, hay que llegar el primero, aunque sea para no poder contar nada, porque no ha habido tiempo para informarse.

Las nuevas tecnologías, sobre todo el teléfono celular, el vía satélite, el correo electrónico han transformado radicalmente la relación entre la redacción, es decir, la central y el periodista que está en una misión exterior. Antes investigaba qué estaba pasando, descubría, verificaba, seleccionaba la información y la confeccionaba. Ahora, ya no hay tiempo para todo eso.

Asimismo, se exige tanta conexión en directo que resulta difícil compaginarlo con averiguar lo que está pasando, con contrastar. Lo importante para las empresas periodísticas no parece ser contar con alguien en disposición de narrar lo que pasa, sino de contar con alguien que esté simplemente ahí.

En un informe norteamericano, el *pew project* para la excelencia en el periodismo, se constata que, en Washington, ha aumentado la presencia de medios extranjeros.

En 1968 estaban acreditados unos 160 corresponsales extranjeros. En 1994, los medios eran 507. En la actualidad, la cifra es en torno a los 1500. Se debe en gran medida a la incorporación de medios chinos, mediorientales y africanos. Así como, la llegada de cadenas como al *ya-zeera* y al *arabiya*. Sin duda, factor esencial han sido los avances en las comunicaciones más rápidas, más baratas y más fáciles.

Lo significativo es que si bien la cobertura informativa de Estados Unidos es más amplia y más plural no es, sin embargo, más profunda y mejor. Muy raramente, resalta el informe, se producen exclusivas.

Parece que consiste en estar presente. Más que en investigar, saber y contar. Se tiende a olvidar que la tecnología es una herramienta, que

se debe poner al servicio de la información, no la información al servicio de la tecnología. Lo esencial debe ser el contenido.

La rapidez posible sustenta la prisa. La prisa convierte los periódicos en blogs, las cartas en sms, los telediarios en sucesión de titulares.

Las crónicas se encogen, son cada vez más cortas, las noticias nacen, viven y mueren en un pis, pas, son cada vez más efímeras. La atención se agota enseguida. Las cámaras se van, aunque las víctimas se queden.

Muchos grandes temas son ignorados. Muchos conflictos olvidados. Solo las crisis «homologadas» ocupan espacio informativo. Esta tendencia a la superficialidad, a la uniformidad, sobre todo en tv, es una característica del actual periodismo de usar y tirar.

El corresponsal, es una especie en extinción. Resulta caro para las empresas y prescindible en un escenario donde la calidad informativa no es el objetivo. De hecho, el ahorro pasa por el uso de agencias de información pese al riesgo de interpretar el mundo en función de lo que ellas establezcan.

El corresponsal para sobrevivir se ve forzado a transformarse en un vendedor de temas, a banalizarlos para que se los compren, a trabajar a la pieza, a transformarse en hombre orquesta multifuncional que grave y escriba para televisión, radio, prensa y la red. Ante la información es cada vez más pasivo, más reactivo que activo investigador.

Las empresas argumentan que las nuevas tecnologías y avances en los transportes permiten a los enviados especiales llegar inmediatamente al punto en crisis, cuando se decide enviarlos. Eso implica que ya sólo se cubren crisis. No se informa de su gestación o resolución. Ni precrisis, ni seguimiento.

Habiéndose decidido en los despachos del poder que lectores y espectadores de la post guerra fría están más interesados por las celebridades, los escándalos políticos, las noticias locales, los ejecutivos mediáticos han decidido reducir el tiempo dedicado a la información internacional y a la investigación.

Más cantidad que calidad

En Estados Unidos prestigiosos periodistas atribuyeron a ese recorte la confusión e incertidumbre que creó el 11 de septiembre. Martin Ba-

ron, del Boston Globe dijo que la mayoría de norteamericanos no tiene ni idea de geopolítica, ideologías o religiones en el mundo actual y que la prensa tiene gran parte de responsabilidad.

James Kelly, de Time, dijo que, incluso americanos relativamente sofisticados deben ser perdonados por creer que el mundo iba siendo cada vez más parecido a América. «¿cuántos reportajes de inauguraciones de Mc Donalds en Moscú, en Ulan Bator, en China no habrán leído en los últimos años?», se interrogaba.

No es que se ignore completamente la realidad exterior, pero sólo una pequeñísima parte ocupa espacio en los medios.

Cabe preguntarse si la prensa está donde está la noticia, o si la noticia está donde está la prensa.

Kapucinski, reconocido escritor y teórico polaco —Premio Príncipe de Asturias— hablaba de las bandas de enviados especiales que recorren el mundo, que se vigilan unos a otros. «Hay que tener la información primero —constataba—. Es la primicia o la muerte. Y, aunque varios acontecimientos se produzcan simultáneamente, los medios cubren sólo uno y allí están todos. Eso no quiere decir que sea el más importante, ni que sea allí donde haya que estar.»

En el golpe de estado en la URSS, en el 91, decía «los enviados especiales y los periodistas estaban en Moscú, donde no sucedía nada, mientras que lo relevante estaba sucediendo en Leningrado».

El corresponsal tiene la función de hacer entender problemas distantes, enseñar más allá de las fronteras de las propias vidas a la gente que no tiene la oportunidad de estar en esos lugares. Y, para llevar a cabo esa función hay que reivindicar el tiempo como condición imprescindible para una aproximación justa a cualquier tema, por insignificante que parezca.

Se necesita tiempo para prepararse y tiempo para contar. Y, falta para ambas exigencias

El pew project señala que las corresponsalías son las más afectadas por los recortes, además, en las centrales se suprimen los controles de calidad. Y menciona, asimismo, que la mitad de los estados norteamericanos no cubren ya el congreso. Todo ello conduce a efectos negativos en el producto final, puntualiza el estudio.

Otra alarma que salta es la de hasta qué punto el profesional de la información interviene en el diseño de la agenda informativa. La respuesta es que, cada vez, en menor medida.

La concentración empresarial y la escasez de programas de calidad, son los dos males principales de la televisión europea, según un estudio del Open Society Institute.

El peso de la redacción ha disminuido y la voz del periodista se debilita. No se le impone que hay que decir, pero se le impone de qué hay que hablar. Se establece el orden del día. ¿por qué terrorismo y crisis, y no pobreza e injusticia?

La pobreza, que resulta de la injusticia, es el problema mayor en este cambio de siglo. Se suele describir como un hecho circunstancial que deriva de una sequía o una inundación, de un conflicto puntual que obliga a un grupo de personas a irse de sus casas, pero, casi nunca se habla de que hay millones que viven permanentemente en la miseria. Y, si se hace, entonces, como reitera el escritor uruguayo, Eduardo Galeano, se la refleja como algo inevitable. En ambos supuestos se exime de responsabilidad al hombre cuando, no obstante, su verdadera causa es la actuación de unos cuantos que sirven a determinados intereses.

Me gustaría citar a un maestro de periodistas, Indro Montanelli, privilegiado testigo del siglo xx *«los males del periodismo que venimos mencionando son, decía, como la bomba atómica. Ya no se pueden desinventar. El oficio se ha hecho más difícil, tanto para los informadores como para los informados, porque todo se confunde».*

La globalización trajo una buena noticia y otra mala. La buena era que el mundo estaba interconectado. Que el acercamiento al «otro», a lo diferente, a la diversidad era más fácil que nunca. Que la cohesión de los distintos mundos que están en este mundo era más asequible de lo que jamás lo fue.

La mala es que la globalización no se utiliza para esos fines. Se suele anteponer lo que separa a lo que une, las diferencias a las similitudes. No parece propiciarse el conocimiento sino el enfrentamiento.

Nunca nuestra relación con la realidad ha sido tan sistemáticamente mediatizada. Sin embargo, aunque las nuevas tecnologías han sabido abolir las distancias, no han sabido, o no han querido, reducir las diferencias. Es un espectáculo referencial compartido con todos. Debería crear aproximación y no obstante, se debilitan los valores colectivos.

La televisión, especialmente, es diseminadora de prejuicios y de estereotipos. De gritos irrelevantes y de silencios injustos.

En los últimos años, hemos asistido, por ejemplo, a varios escándalos de periodistas que inventaron sus artículos, en algunos de los principales periódicos norteamericanos. Esto nos lleva a pensar que el interés prioritario de las empresas periodísticas por el dividendo y la obsesión individual por el éxito anteponen estos parámetros a la calidad informativa.

En resumen, los grandes grupos de comunicación no tienen ganas de ver en la plaza pública el tema de la censura económica en el contexto de la creciente concentración de medios, los gobiernos autoritarios están poco inclinados a responder por su régimen de censura permanente y los gobiernos democráticos se esfuerzan por anular el control de la prensa debilitando su credibilidad con connivencias inapropiadas.

Me gustaría pedir que las empresas ganen dinero con los concursos, contando las vidas privadas de todas esas gentes vacías que pululan por las pantallas, con las polémicas inventadas, con los deportes... pero, que nos dejen a los periodistas hacer el periodismo serio, comprometido que necesita la sociedad.

Me gustaría ser capaz de llamar la atención sobre el escaso respeto con que se trata la información y me gustaría llamarla también sobre la indiferencia social ante este hecho inquietante. Estar informado es un derecho a exigir y es una obligación que cumplir. Es importante manejar la propia dieta de medios y dedicarle el tiempo preciso, así como aprender habilidades críticas y buscar nuevas vías para el discurso ciudadano.

Tucídides decía que hay que elegir entre descansar o ser libres. Los medios fallan en proporcionar la información que la sociedad necesita para tomar decisiones que la afectan. Pero, esta no parece darse cuenta, somos un público apático, conformista, indiferente, cada vez más peligroso para nosotros mismos. Los actores de la sociedad civil, aunque les sea difícil hacer oír su voz, deben movilizarse por una información veraz.

Los medios, insistía Montanelli, no pueden olvidar que la paz y la estabilidad no se consiguen construyendo murallas sino reforzando las instituciones y con una prensa que cumpla su objetivo primordial: informar con rigor y responsabilidad, que no convierta la noticia en mercancía de usar y tirar. Si están de acuerdo, pasen la voz.