

La batalla perdida

Los periodistas estamos perdiendo peso e influencia a marchas forzadas ante el avance del espectáculo, la deliberada mezcla de información y opinión, la política informativa reacia a la transparencia de gobiernos e instituciones y el sometimiento del periodismo a la dictadura de la cuenta de resultados.

NEMESIO RODRÍGUEZ

El periodismo agoniza. La fiesta ha terminado para todos, dijo un prestigioso periodista y editor al comunicar la integración de las redacciones digital y de papel de su medio más importante. ¿Fiesta? ¿Desde cuándo vivíamos en una fiesta? Mal pagados, cada vez más explotados, con el prestigio en precario, reclusos en las redacciones sin salir a la calle, elaborando comunicados como posesos, con los novatos invitados a la *fiesta* pero pagados con salarios de miseria. No, señor editor, los periodistas no estamos bailando en un sarao. Estamos en la antesala de un funeral.

La profesión camina hacia un futuro más que incierto. Nadie sa-

be cómo será dentro de una década, por poner un espacio de tiempo que puede acortarse a voluntad, aunque los indicios que tenemos en este momento pueden darnos alguna respuesta. Desde luego, nada será como antes y los ideales y valores que forjaron este oficio pueden haber sucumbido. La objetividad, la verificación de las fuentes y la necesidad, para ser imparciales, de tratar de obtener la versión de los hechos de la parte acusada, conformaron la piedra angular del periodismo. Estos principios están ahora en peligro, debilitados cada vez más por el cambio de objetivos de los editores, incluidos los que son periodistas, de los periodísticos a los financieros. Si deja-

Nemesio Rodríguez López es vocal de la Junta directiva de la APM.

●●● La batalla perdida

mos que el mercado diseñe, con una participación secundaria de los periodistas, lo que es noticia, mucho me temo que los valores que se impondrán serán los financieros y no los periodísticos. Un cambio que no aventura nada bueno para nuestro futuro, como advertía en enero Harold Evans, ex director de *The Sunday Times* y de *The Times* en una entrevista con *El País*: “En cuanto el objetivo sea financiero y no periodístico, el periódico decae y decae. En cuanto se empieza a destruir el contenido periodístico del diario no hay la más mínima posibilidad de éxito”.

Ernest Hemingway trabajó de corresponsal en España durante la Guerra Civil. Era un periodista que bebía de las fuentes, de la comprobación de los hechos, y no soporaba a los colegas que presumían de conocerlo todo sin haber visto nada. Como aquel que en el primer día de su llegada a Madrid, presumía de la mejor información. El autor de *El viejo y el mar* estuvo a punto de darle un puñetazo, como lo cuenta en un artículo de 1938 titulado ‘Historia de una patraña’ (*La guerra, los toros, Cuba, África y mi mujer*, Temascinco):

—¿Qué le parece Madrid? –le pregunté.

—Aquí impera el terror –dijo el periodista—. Adondequiera que uno va encuentra evidencia de ello. Se han descubierto miles de cadáveres.

Los gabinetes de comunicación se frotan las manos. Favorecidos por el progresivo abandono de los principios de la profesión periodística, influyen más que nunca. Gobiernos e instituciones, lo mismo

—¿Cuándo llegó usted a la capital? –le pregunté de nuevo.

—Ayer.

—¿Dónde aparecieron todos esos cadáveres?

—Están por dondequiera. Por la mañana temprano se los puede ver.

—¿Usted hizo algún recorrido a esa hora?

—No.

—¿Vio personalmente esos cadáveres?

—No –contestó–, pero sé que existen.

—¿Qué pruebas tiene usted de que existe el terror?

—Desde luego que existe. Es innegable.

—**Pero, ¿qué evidencia tiene usted de que existe el terror? ¿Ha sido testigo de algún hecho?**

—No he tenido tiempo para observar el terror personalmente, pero sé que existe.

El diálogo sigue en este tenor, Hemingway le informa de que los llamados *incontrolables* habían matado cierto número de personas en los primeros tiempos de la rebelión, pero que hacía meses que Madrid era una ciudad segura y vigilada. No le convence. El novelista se abstiene de darle un puñetazo porque su interlocutor era el enviado de un gran periódico por el que sentía mucho respeto.

Se infiltra el espectáculo y avanza el rumor. Muere el debate en las redacciones sobre los temas profesionales, los que preocupaban a Hemingway y muy poco al otro enviado. Sólo se habla de los objetivos económicos. Se anulan coberturas porque son caras. Se vende la falsa idea de que podemos hacer de todo por lo que no necesitamos formación de nada. Se repite una y otra vez que cualquiera puede ser periodista. Seguimos sin avanzar en la conciliación de la vida laboral y familiar. Se relega el periodismo al desván, como un cachivache inútil, o peor aún, incómodo.

Los gabinetes de comunicación se frotran las manos. Favorecidos


por el progresivo abandono de los principios de la profesión periodística, influyen más que nunca. Gobiernos e instituciones, lo mismo. Proliferan las convocatorias de prensa en las que el personaje hace una declaración y se marcha, sin que el periodista pueda hacer preguntas, una vía imprescindible para contrastar los hechos, descubrir razones y plantear argumentos. Para justificar esta nueva cortapisa a la libertad de información, se le añadió el adjetivo de institucional. Como la hiedra, la *declaración institucional* trepa por las paredes de todos los estamentos, incluidos los deportivos. El Real Madrid la utilizó en el escándalo que propició la dimisión de Ramón Calderón. Los directores de comunicación nos convocan para escuchar una importante declaración de su jefe, pero nos advierten que “será sin derecho a preguntas”. En definitiva, se nos cercena un derecho fundamental, limitan nuestra capacidad a recoger, elaborar y difundir información con todos los ángulos posibles. También se nos expulsa de los actos oficiales. La Casa del Rey tampoco nos quiere en los palacios. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ha protestado, pero no estamos seguros de que los funcionarios consientan que la *tribu* escape a su control.

¿Cómo hemos llegado a esta situación? Sin duda, por nuestra cul-

●●● La batalla perdida

pa. Hemos dejado que nos maltraten, que se quiebren los valores elementales del periodismo, que las empresas desvíen nuestra atención hacia objetivos distintos de los meramente profesionales, sin duda complementarios, pero distintos, y hemos perdido la imprescindible independencia que debe marcar nuestro trabajo para convertirnos en opinantes partidistas o alegres propagadores de datos sin comprobar. Mezclamos información y opinión. Hemos trasladado tal confusión de papeles a los ciudadanos, que se hace muy difícil distinguir si el que habla en una tertulia o en un programa es un periodista o un portavoz político. Curiosamente, y salvo raras excepciones, los periodistas son colocados en los debates televisivos de acuerdo a sus simpatías políticas. Los de derechas a un lado, los de izquierdas al otro. Como rivales parlamentarios. Los periodistas opinan de todo, menos de su profesión.

En medio de este panorama, llega la crisis. Los editores vuelven a las fórmulas clásicas para afrontarla: expedientes de regulación de empleo, despidos incentivados o no y prejubilaciones. Ni una sola solución novedosa, imaginativa. La consecuencia es que los periodistas estamos siendo, una vez más, los paganos de la crisis. Vamos a sufrirla y bien. Si el pago será grande o pequeño, depende única y ex-



Los editores vuelven a las fórmulas clásicas para afrontar la crisis: expedientes de regulación de empleo, despidos, incentivados o no, y prejubilaciones. Ni una sola solución novedosa, imaginativa. La consecuencia es que los periodistas estamos siendo una vez más los paganos

clusivamente de la capacidad, o voluntad, de los directores para limitar los daños. Algunos lo están haciendo y otros anuncian su intención de garantizar los empleos si se acepta la reducción de los sueldos o la congelación salarial. Como ganamos tanto, no es mala medida.

Pero la mayor parte de los editores van a ser implacables y aprovecharán la coyuntura para tomar aquellas medidas que debieron haber adoptado en la época de las vacas gordas. Y lo harán incluso en los medios que funcionan. La crisis obliga, argumentarán.

El papel se deshace. El texto pierde fuerza. La imagen se impone. El futuro está en el vídeo. La televisión dicta sus reglas. Los periodistas no sólo las aceptan, sino que participan con entusiasmo en la agitación. En una tertulia-gresca de moda, celebrada una semana después de la crisis en el Real Madrid, un periodista sostiene que hay una clara diferencia en la forma de dejar la presidencia del Real Madrid entre Florentino Pérez y Ramón Calderón: el uno se marchó porque estaba cansado y el otro como un “delincuente”. Calderón habrá cometido muchos errores, pero que se sepa en ese momento no estaba acusado de ningún delito. Ninguno de los periodistas presentes salió al paso de tan grave acusación.

Lo que está ocurriendo no es una sorpresa. Ya nos avisaron en la década de los noventa algunos estudiosos del periodismo. Cuidado, cuidado, nos dijeron, que la profesión lleva una peligrosa deriva. No les hicimos caso.

En su libro *Últimas noticias sobre el periodismo* (Laterza), Fulvio Colombo, especialista italiano en el análisis de los contenidos de los medios y profesor de Periodismo en la Universidad de Columbia, subraya que la mayor parte de las veces, las meteduras de pata en el periodismo se deben a los siguientes factores: “La debilidad de las comprobaciones periodísticas, la falta de au-

toridad o de credibilidad de los reporteros, la escasa voluntad de los diarios o de las televisiones en aclarar los hechos, la preferencia por la parte más espectacular de la historia en perjuicio de la verificación de los hechos, el escaso interés por las fuentes, la inclinación a unir trozos y fragmentos de historias populares hasta crear una historia”.

Colombo habla de la *Disneylandia* de las noticias, en la que, y cito, el ritmo, la vivacidad, el sentido del *suspense*, la sorpresa, el relato dramático, el efecto de conmoción e indignación y el permanente cambio de personajes pertenece cada vez más al mundo del espectáculo, esclavo de los gustos y de los humores del público, habiendo renunciado a una mirada autónoma sobre lo que ocurre a su alrededor, sobre la vida, las ansias, las esperanzas, las preocupaciones de la gente, la realidad cotidiana. En este parque temático, proliferan los conductores de programas que “animan, estimulan, pican” y también eligen los participantes en las tertulias asegurándose anticipadamente de su disponibilidad a “decir lo que sea, a renunciar a toda decencia en aras del espectáculo”. ¿Les suena?

Como cualquier otra forma de “entretenimiento”, añade Colombo, el periodismo se convierte en un mundo paralelo al real y distinto de él, guiado por una dirección

●●● La batalla perdida

que asigna de vez en cuando partes y papeles (a los periodistas y a los lectores), en lugar de un editor que distribuye los papeles de investigación, veracidad, aclaración, indagación. Colombo nos alertaba de que las consecuencias para nuestra profesión son particularmente graves: “Pérdida de credibilidad y autoridad”.

A este problema no es ajena la composición actual de las redacciones, debilitadas con prejubilaciones forzosas que expulsan a los periodistas experimentados. Se rompe el vínculo de la enseñanza, el que unía a los veteranos con los recién llegados, y se lanza a la jungla informativa a periodistas con mucho entusiasmo e insuficiente preparación. En lugar de inculcarles comportamientos éticos y deontológicos, se les ordena que persigan lo que vende y que lo expresen luego en el lenguaje más comercial posible, en definitiva, el que obtenga el máximo de audiencia.

El periodista polaco Ryszard Kapuscinski, uno de los grandes corresponsales del siglo XX, nos lo indicaba sin medias tintas en su libro *Los cinco sentidos del periodista* (Fundación Nuevo Periodismo): “Hoy, al cronista que llega de hacer una cobertura su jefe no le pregunta si la noticia que trae es verdadera, sino si es interesante y si la puede vender. Éste es el cambio más profundo en el mundo de los

Lo que está ocurriendo no es una sorpresa. Ya nos avisaron en la década de los noventa algunos estudiosos del periodismo. Cuidado, cuidado, nos dijeron, que la profesión lleva una peligrosa deriva. No les hicimos caso

medios: el reemplazo de una ética por otra”.

Los editores que sólo accedieron al mundo de los medios de comunicación cuando se percataron de que la información era negocio, ajenos por tanto a nuestra profesión y sin interés hacia ella, han venido tomando medidas destinadas a limitar nuestro peso, a veces en connivencia con periodistas que han confundido su papel con el de los propietarios: cierran corresponsalías, promueven la figura del *periodista orquesta*, obligándonos a trabajar en todos los soportes posibles con el argumento de que “el mer-

cado lo exige”, sin que ello suponga mejoras en nuestras condiciones salariales ni laborales, utilizan a los becarios para cubrir puestos estructurales y promueven reducciones de plantillas.

Si protestamos, nos acusan de oponernos férreamente a los cambios. No dejan espacio para el debate. La ética del negocio somete a la ética de la profesión. “Estamos por primera vez ante el auge de un periodismo basado en el mercado y cada vez más dissociado de cualquier noción de responsabilidad cívica” (*Los elementos del periodismo*, Bill Kovach y Tom Rossentiel, Ediciones El País).

Por supuesto que las empresas periodísticas tienen que buscar la rentabilidad que asegure su futuro y el nuestro. Nadie lo cuestiona. Pero esa rentabilidad nunca debe anular los recursos destinados a la información. El llamado producto tiene que caminar al lado de la información, no por encima. La cuenta de resultados no puede anular el debate en las redacciones sobre periodismo. Como escribió el presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), Fernando González Urbaneja, en *Cuadernos de Periodistas* (septiembre de 2008), los periodistas somos responsables del mal periodismo, pero también lo son los editores, “a los que corresponde crear condiciones, ofrecer medios, localizar talento y propiciar su despliegue”.

Es una alianza necesaria. Nos conviene a ambas partes y más en épocas de crisis como la actual. Pero me temo que caminamos por senderos muy alejados.

En su libro *Bad News* (“Malas noticias”), publicado en 2005 por ReganBooks, Tom Fenton, veterano corresponsal en el extranjero de la cadena de televisión estadounidense CBS, situó este cambio en la década previa a los atentados que conmocionaron Estados Unidos y el mundo el 9 de septiembre de 2001. En esa década, escribe Fenton, estuvo a punto de abandonar el periodismo al comprobar que muchas de sus historias no se difundían y que muchas propuestas de viajes en busca de noticias eran rechazadas por ejecutivos “más interesados en impulsar sus carreras gastando menos de lo presupuestado que en conseguir buenas informaciones”. En su opinión, “la codicia empresarial y el desinterés han acabado con el sistema de captación de noticias que produce resultados”. La consecuencia: para ahorrar dinero, la Oficina en Londres de la CBS News, donde él trabajó durante casi 25 años, “ya no reporta más”, se limita a “empaquetar” lo que otros le suministran. Y no lo hace sólo su medio. Fenton invita a contemplar los informativos de todas las cadenas para que se compruebe que usan de forma rutinaria las mismas imágenes compra-

●●● La batalla perdida

das de las agencias, que a menudo las adquieren a la televisión local del país donde se han producido los hechos noticiosos.

Los hechos, subrayan Kovach y Rosenstiel, se han convertido “en una mercancía que además se adquiere fácilmente, se reviste de un nuevo envoltorio y se recicla con un nuevo propósito”.

Teóricamente nunca hubo tanta información a disposición del ciudadano y del periodista. Internet nos ayuda a buscar respuestas a la hora de documentar una historia, sobre todo cuando estamos lejos del centro de trabajo y el banco de datos de nuestra empresa no tiene los datos que necesitamos. Pero la red también puede convertirnos en periodistas cómodos, que dejan de investigar en otras fuentes, por no hablar del *ruido* que circula por el mundo digital, capaz de *engañar* a los medios con disparatadas versiones que aceptamos sin más porque verificarlas supone dedicación y esfuerzo.

En España, todo lo bueno y lo malo del periodismo y todo lo bueno y lo malo del funcionamiento de los gabinetes de comunicación institucionales, se hicieron patentes en la cobertura del accidente del avión de Spanair, el vuelo JK5022, ocurrido en Barajas el 20 de agosto del pasado año.

Preocupada por lo ocurrido, la FAPE organizó un debate el 29 de septiembre para que se analizara la



Todo lo bueno y lo malo del periodismo y todo lo bueno y lo malo del funcionamiento de los gabinetes de comunicación institucionales se hicieron patentes en la cobertura del accidente de avión ocurrido en Barajas el 20 de agosto del pasado año

cobertura informativa y el comportamiento de las fuentes, con el objetivo de extraer conclusiones que sirvieran para profundizar en lo bueno y evitar lo malo. El problema es que cada uno defendió el trabajo realizado y hubo escasa auto-crítica. Los periodistas defendieron su derecho a buscar información en otras fuentes cuando fallan las instituciones, mientras los directores de comunicación se quejaron de que los informadores incumplieron las normas de los manuales de estilo sobre la verificación de las noticias y la rectificación de los errores.

“El bloqueo informativo alentó la especulación”, comentó Javier Lascu-ráin, de la Agencia Efe. Le replicó Juan Carlos Lozano, de AENA: “Se habla mucho de la autorregulación, pues ésta ha sido una gran oportu-nidad perdida para aplicarla”.

Los periodistas reconocieron que, en algunos casos, no conta-ron los hechos con seriedad y rigo-r, pero insistieron en que el funcio-namiento de las fuentes insti-tucionales fue “deficitario”, más interesadas en ocultar que en in-formar, más volcadas en cerrar ac-cesos a los hechos que en la trans-parencia.

El debate sirvió para poner de actualidad las advertencias de Co-lombo y de Kapuscinski sobre el acoso del espectáculo y del entre-tenimiento a los principios éticos y deontológicos de nuestra profesión.

El más sincero y rotundo fue Fer-nando Sanz, de Telecinco: “Esta *gue-rra* la tenemos perdida en los infor-mativos. Otro tipo de periodistas se ha colado. Pertenecen a programas (de entretenimiento) que, al buscar elementos diferenciados, dan vuel-tas y vueltas a la misma torta. Es-tán distorsionando la realidad y es-to nos salpica a todos porque en el ruido que generan, a veces puede haber alguno que suena bien y nos lo perdemos”.

Tal vez la afirmación de que los servicios informativos han perdido la *guerra* sea exagerada. Pero sí he-

CUADERNOS DE Periodistas

Revista de reflexión profesional editada por la APM

Deseo suscribirme a
Cuadernos de Periodistas

NOMBRE

APELLIDOS

NOMBRE DE LA EMPRESA

DIRECCIÓN DE ENVÍO

CIUDAD

PROVINCIA

PAÍS

CÓDIGO POSTAL

TELÉFONO

CORREO-E

DOMICILIACIÓN BANCARIA

SUSCRIPCIÓN POR 1 AÑO

España: 18 € · Europa: 30 € · América: 34 €

Puede mandar este boletín de suscripción a la Asociación de la Prensa de Madrid.

C/ Juan Bravo, 6. 28006 Madrid

Teléfono: 91 585 00 10

Correo electrónico: cuadernos@apmadrid.es



●●● La batalla perdida

mos perdido otra batalla y ya no sabemos cuántas derrotas llevamos y si nos queda tiempo de evitar la catástrofe total.

En todo caso, no cabe ninguna duda de que sólo con la recuperación de los valores del periodismo de siempre (veracidad, verificación, equilibrio, separación de información y opinión, independencia, ética, deontología), con nuestra oposición rotunda a los intentos de limitar las coberturas de las actividades institucionales, la negativa a aceptar declaraciones sin derecho a preguntas, la vuelta al debate en las redacciones, la inversión de los editores en buenas noticias y en la permanente formación de los periodistas, los salarios dignos, el regreso al periodismo de calle y la rentabilidad sin quiebra de los valores periodísticos, puede nuestra profesión fortalecer su principal misión: ofrecer una información veraz, objetiva e independiente que permita al ciudadano comprender lo que ocurre y formarse su propia opinión.

Para los que pronostican la muerte del periodismo clásico con el auge de Internet, conviene que reflexionen sobre lo que ya anticipó en 1999 David Randall en *El periodista universal* (Siglo XXI):

“El griterío que hay ahora en Internet es una razón a favor de que se promocióne el periodismo y no de que se restrinja. La información



David Randall ya anticipó en *El periodista universal* en 1999: “El griterío que hay ahora en Internet es una razón a favor de que se promocióne el periodismo y no de que se restrinja”

se podrá transmitir como se quiera, pero alguien tendrá que filtrarla, investigarla, comprobarla, cuestionarla y presentar unos resultados tan dignos de confianza como sea posible. ¿Y quién se encargará de estas tareas?”

Randall se preguntaba si asumiría esa tarea el tecnólogo universal, el burócrata universal, el estudio de los medios universal, el político universal, el empresario universal. ¿O el periodista universal? ¿Seremos en el futuro periodistas como Hemingway o como el recién llegado que lo sabía todo sin verificar nada? 