

Crítica y autocrítica del periodismo

Urge un debate a fondo en el seno de la profesión para asumir los errores de complacencia y pasividad, retornar al espíritu crítico que ha de impregnar el periodismo y las normas elementales de deontología profesional. La Asociación de la Prensa de Sevilla adelanta incluso unas propuestas.

La profesión periodística pasa por momentos de confusión y desconcierto. Es un hecho que el periodismo recibe la valoración más baja en muchos años por parte de la opinión pública. Los propios profesionales son presa de un malestar no siempre expresado, de un desconcierto sobre sus funciones que no se registra desde las peores épocas de la dictadura.

A pesar de la amplitud del problema y de la percepción generalizada del mismo, no va a ser fácil poner de acuerdo a los profesionales sobre las causas, consecuencias y propuestas de mejora. Pero la dificultad no hace más que poner de manifiesto, en pri-

mer lugar, la necesidad de llevar a cabo este esfuerzo de las organizaciones para identificar el origen de la baja calidad de la información, el malestar que afecta a los profesionales y la falta de horizonte de seguir en esta situación. Por tanto, habría que promover un debate en el seno de la profesión y elaborar criterios que permitan alejarse de las prácticas más perniciosas y hacerlo con la mayor unidad posible.

Dos de las primeras cuestiones que surgen en el análisis de la situación son la progresiva institucionalización del proceso de elaboración de la información y el alineamiento que sufren los profesionales arrastrados por

Texto elaborado por la Comisión de Garantías Profesionales de la Asociación de la Prensa de Sevilla.

la preocupante y descarada apuesta política de los grupos de comunicación más importantes del país. De esta forma, a la tradicional concentración de medios y su apuesta por intereses económicos, se une ahora una alarmante participación en la contienda política, lo que revierte en una utilización indisimulada de la información y de los profesionales.

Las instituciones –no sólo las políticas, también las empresas, los sindicatos y cualquier entidad que quiera asomarse a los medios– tratan de hacer girar a su alrededor la mayor parte de la supuesta información. Ellos marcan la agenda, controlan y racionan la información e incluso tratan con diferente rasero a los profesionales en función del medio para el que trabajan.

Enorme cantidad de convocatorias, notas de prensa, comunicados, canutazos... inundan de supuesta información la agenda de los medios de comunicación. Esto centra buena parte de la preocupación de los profesionales, que se manifiestan desbordados y a la vez cómodos con que el trabajo les salga al encuentro. Las ruedas de prensa sin preguntas, que han provo-

cado malestar en determinados sectores de la profesión, no son más que el extremo de ese fenómeno que consiste en la institucionalización de las noticias: puesto que son los detentadores de la información quienes la

administran a su antojo, también se creen con derecho a racionar el caudal según sus intereses. A veces, que haya preguntas o no puede no ser lo principal porque, incluso habiéndolas, son ellos los que tienen la iniciativa de qué toca hablar en cada momento. Deciden cuándo y cuánto conviene hablar de un asunto.

El periodista ha llegado a olvidar otras formas de ejercicio de la profesión que no sean acudir a las ruedas de prensa, recoger declaraciones o extraer notas de prensa. Los contenidos de los medios se ven así condicionados por el calendario que elabora el gabinete

de comunicación o de imagen y se ha impuesto en las administraciones el principio de que dar información a la prensa es una traición a la institución, siempre que no sea una loa.

Instituciones son las que mandan y las que aspiran a mandar más, del ámbito público y del privado, que entienden a los periodistas y a los me-

Se han llegado a olvidar otras formas de ejercicio de la profesión que no sean acudir a las ruedas de prensa, recoger declaraciones o extraer notas de prensa.

dios de comunicación como vehículos –instrumentos propagandísticos inevitables, indeseables muchas veces, de los que si pudieran prescindirían– para llegar a la ciudadanía.

La información para casi todos ellos no es un derecho elemental de los ciudadanos, sino una prerrogativa que se atribuyen en función de sus intereses del momento. Y la transparencia no es una condición sin la cual la democracia pierde todas sus cualidades, sino una amenaza que se sacuden porque creen que detrás de ella se encuentra el abismo por el que caerán sus aspiraciones de poder o su ambición. En esta dinámica han caído instituciones y organismos de todos los colores políticos, empresas y hasta organizaciones que se titulan sin ánimo de lucro.

La consecuencia es el olvido de que la demanda de información nace de la sociedad. No de las instituciones, ni de los periodistas, ni de los medios. Por obvio, se olvida con demasiada frecuencia –sobre todo a los profesionales– que el periodista no es más que el depositario de un derecho de los ciudadanos. La vanidad del profesional, tan vieja compañera de este oficio, y los intereses de las fuentes y de las empresas periodísticas se alían aquí para engendrar la situación actual.

Existe una fuerte demanda social de información, pero la respuesta de los profesionales es la mera transcripción de opiniones y datos elaborados

El Parlamento de papel

Ignacio Fontes y Manuel Ángel Menéndez, dos tomos (1.180 y 544 páginas), 70 euros.

Un ensayo sobre la historia de la prensa no diaria del franquismo crepuscular: la existente, la que nació en esos años para oponerse a la dictadura, y la espectacular floración que sucedió a la muerte de Franco, que elevó su número por encima de 7.000 títulos.

DE VENTA EN LA A.P.M.



por gabinetes especializados en adular la realidad, adaptarla a sus intereses, maquillar resultados y soslayar inconvenientes. La demostración del control que ejercen sobre la información es que cualquier demanda de datos debe ser canalizada por los gabinetes y que ningún técnico está autorizado ni siquiera a hablar con los informadores.

Sería interesante que las organizaciones profesionales promoviesen un análisis sobre cómo la información es manipulada a lo largo de los canales antes de llegar a los periodistas. Caerían muchos velos sobre la llamada sociedad de la información y la ciudadanía en las sociedades democráticas.

A esa confluencia de intereses se une el alineamiento de las empresas de comunicación, convertidas con demasiada frecuencia en trincheras desde las que el periodista tiene más obligación de disparar contra el adversario político del editor que de informar a su público. El 'trincherismo' se ha extendido como una plaga del periodismo y eso es algo que el público ha asumido como uno de los grandes males de los actuales medios, junto a la inundación de programas que frivoli-zan valores tan elementales del periodismo como la veracidad y el respeto por la intimidad de las personas.

Autocrítica

Si hasta aquí el análisis de la situación se ha centrado en el sistema im-

puesto a los medios de comunicación por las instituciones y las empresas, en las siguientes líneas es necesario asumir la parte de culpa que tienen los profesionales de este estado de las cosas. Porque el predominio de las ruedas de prensa –con o sin preguntas– la sustitución de la información a requerimiento de los informadores por convocatorias públicas y las trabas del acceso a la información son consecuencias inevitables de la pérdida de la iniciativa de los profesionales.

El problema no es sólo la fuerza de las instituciones sino también la pasividad de los profesionales. Nos encontramos ante una rendición de los periodistas, una renuncia a tener la iniciativa.

La información (y el interés del público) sigue estando en la calle, un lugar que el periodista ya no pisa porque no tiene tiempo atrapado por la maquinaria 'comunicativa' en marcha. El resultado, entre nuestra incuria y el predominio de las instituciones públicas y privadas, es la información precocinada, dispuesta en asépticas bandejas en estanterías de supermercado, lista para llevar. Esto facilita el trabajo a los profesionales, pero adultera el producto.

Yerran los profesionales que creen que el público no se entera, que da por bueno lo que consume: nunca como ahora ha estado tan desprestigiada la profesión. El 'ruido' adultera los contenidos hasta el extremo de hacer

irreconocible la información veraz de la propaganda. El público lo percibe, consciente o inconscientemente, y de ahí procede gran parte del desprestigio profesional.

En demasiadas ocasiones, los profesionales olvidan que las reglas de oro del periodismo son contrastar las informaciones, exponer todos los datos posibles sobre lo sucedido (los que avalen una teoría y los que la contradigan), el secreto sobre las fuentes, el respeto por el ámbito privado de las personas, deslindar información y opinión... La libertad de expresión no es una licencia para insultar ni denigrar a nadie, sino para exponer los datos que ayuden a sacar conclusiones sobre lo ocurrido. Sería bueno que las asociaciones dedicaran esfuerzos a difundir el código deontológico de la profesión periodística.

En este sentido, cualquier propuesta que pretenda mejorar la situación no puede limitarse a pedir otro comportamiento de las instituciones, que abandonen la patrimonialización de la información, que sean transparentes y respeten el trabajo y la independencia de los profesionales. Lo primero que es necesario es llevar a cabo un debate a fondo en el seno de la profesión para asumir los errores de complacencia y pasividad, retornar al espíritu crítico que ha de impregnar el periodismo y las normas elementales de deontología profesional.

Propuestas

A la profesión:

- Abrir un debate sobre estas cuestiones en nuestra web;
- Plantearnos una serie de charlas con profesionales de los medios y del área de la formación profesional.
- Trasladar la preocupación al conjunto de las organizaciones profesionales.
- Presencia en la revista de la Asociación de la Prensa de Madrid.

A las instituciones:

- Exponerles nuestra preocupación por los aspectos que, de esta reflexión, les corresponden.
- Plantearles la regulación en sentido abierto y positivo del derecho de los profesionales a recibir una información completa sobre los asuntos que les requieran.
- Exigirles la no limitación de los profesionales al acceso a los funcionarios y que éstos no se vean sometidos a represalias por responderles.
- Pedirles que separen la información de índole técnica y general de la responsabilidad de los directivos políticos de las administraciones.

A las empresas periodísticas:

- Exigirles nuestro derecho profesional sobre la información que se publica.
- Plantearles la regulación de los comités de redacción y su derecho a participar en el proceso de análisis de los conflictos que se presenten. 