

Las malas prácticas profesionales conducen a estos lodos

Las pérdidas en audiencia y ventas se deben al cambio de los modelos de negocio y hábitos de consumo propiciados por las nuevas tecnologías; las de credibilidad, a fallos profesionales.

JULIO ALONSO

Esta vez voy a comenzar el resumen de presentación del número por atrás, llamando la atención hacia una de las secciones fijas. El hecho de que haya temas o preocupaciones con continuidad a lo largo de los números, y de que tales asuntos se concentren al final de la revista, como es práctica muy frecuente, no significa que sean de menor importancia. El artículo de Josu Mezo en este número, titulado ‘Abre lo ojos’, es un buen ejemplo de ello.

Trata de una mala, y sin embargo muy consolidada práctica profesional, consistente en dar por bueno todo lo que se recibe de fuentes que se tiene por fiables, sin someterlas siquiera a la prueba del sentido común,

de lo que salta a la vista. “Tenemos así”, escribe Josu, “que una virtud y un deber periodístico (deben publicarse *sólo* afirmaciones contrastadas y basadas en fuentes fiables, a poder ser múltiples) degenera en ocasiones en una indebida sumisión a las fuentes (pueden publicarse *todas* las afirmaciones que provengan de fuentes presuntamente fiables), renunciando el periodista a su propia responsabilidad y a su capacidad de juicio crítico para *contrastar* la información aportada por las fuentes con la lógica, o con lo que él mismo puede observar directamente”.

Que esto lo escriba en *Cuadernos de Periodistas* alguien que no lo es, me parece digno de mención. Josu Mezo no

es periodista, sino un lector empedernido e impenitente recopilador de errores periodísticos, al que se le escapan muy pocas –véase si no su *blog Malaprensa.com*–, y si escribe en *Cuadernos* es precisamente por su contribución a crear una buena prensa, que es el título de su sección.

Josu representa aquí a un tipo de lector exigente, selectivo y crítico –afortunadamente, una especie cada vez más extendida–, al que de aquí en adelante las Redacciones tendrán que prestar mayor atención por aquello de la interactividad y la participación ciudadana.

Las pérdidas en audiencia o venta de ejemplares que acusan los medios se deben en gran parte al salto tecnológico, a los modelos de negocio y de consumo impuestos por las nuevas tecnologías. La pérdida de credibilidad de la prensa y de los periodistas, en cambio, sólo puede atribuirse a una mala práctica profesional.

El fenómeno del que se ocupa Josu Mezo es uno. Y otro, el del tratamiento informativo del dolor, del que escribe en este número Cristina López Mañero, doctora en Comunicación Pública.

La línea que separa el interés informativo del sensacionalismo o el morbo es muy fina, empieza por reconocer la autora, y no siempre se actúa en circunstancias que den tiempo a reflexionar, tanto a los afectados por el dolor como a los propios informadores. Sin embargo, hay que con-

venir que esa linde se traspasa con harta frecuencia; sobre todo, en el medio televisivo. Y que, por tanto, se trata de una mala práctica profesional, ni más ni menos.

A veces, todo hay que decirlo, inducida por exigencias de las propias empresas, siempre convulsas por la imparable turbina del *share*, y otras por inercias derivadas del propio medio, la *caja tonta*. Un medio en el que, como describe otra colaboradora de este número (Itziar Bernaola, guionista del programa *59 Segundos* de TVE y profesora de Teoría y práctica de la televisión en la Universidad Europea de Madrid), “con frecuencia prima lo espectacular sobre los intereses colectivos, lo banal sobre lo realmente importante, la imagen sobre la información”.

Lo preocupante es que, de acuerdo al productor de televisión norteamericano Tony Schwartz, a quien cita Itziar Bernaola en su artículo, titulado ‘El discurso político en televisión’, “en el pasado, los partidos políticos eran el vehículo de comunicación entre el candidato y el público. Los partidos actuales son las cadenas ABC, NBC y CBS”.

O que, como argumenta el catedrático de Periodismo Luis Núñez Ladevéze ‘Sobre el manido tema de la imparcialidad informativa’, que ése es el título de su colaboración en este número, “opinar libremente de todo sin tener información de nada es una facultad que sólo puede estar al al-

cance de los preadolescentes o de los tertulianos de los programas de sobremesa de televisión”.

Es el mismo prisma, el de la televisión, el que utiliza Carlos Díaz Güell en su artículo ‘Concentración de medios y su influencia en el pluralismo informativo’, cuando aboga por una intervención legislativa “para conseguir que se cubran unos nichos de mercado que, hoy por hoy, están absolutamente al paio y desatendidos”. Lo justifica así: “No vale el argumento de que la audiencia es soberana y que tiene en sus manos desconectar aquello que no le gusta. El problema es más complejo y demanda pautas y normas que se cumplan y que permitan, como en los casos de adicción a sustancias prohibidas, un proceso de desintoxicación tutelado por alguien más que no sea necesariamente el proveedor de las sustancias”.

La televisión, en fin, sirve también como hilo conductor para otros dos artículos de este número de *Cuadernos*. El de la periodista venezolana Albor Rodríguez, titulado ‘Últimas noticias sobre la prensa en Venezuela’, en el que se describen los pasos de este país hacia la dictadura (Itziar Bernaola cita en su artículo una frase de Umberto Eco que viene muy al pelo: “Las dictaduras del futuro ya no serán políticas sino mediáticas”).

El otro artículo, escrito por Esther Vázquez García, se ocupa del canal internacional, vía satélite y en inglés, creado por la cadena qatarí Al Jazira,

aún sin una línea informativa definida y con una Redacción compuesta en su mayoría por periodistas provenientes de medios norteamericanos y británicos.

Concluyo por el principio de la revista. Con el artículo de Alfonso Pedrosa, especialista en información sanitaria del Grupo Joly –se titula ‘Salud y medios de comunicación’–, en el que se analizan las oportunidades informativas y de negocio que ofrece el mudo de la salud, la biomedicina y la sanidad. Y también de sus peligros, en cuanto son temas bandera para los políticos, o en la medida en que la poderosa industria farmacéutica está detrás de ellos.

Lo último, o lo primero, es la voz de alarma que lanza Fernando Barciela, periodista económico, a propósito del desembarco de empresarios de la construcción en los consejos de administración de la prensa regional. Y ello, según escribe, hasta el punto, de que “en algunas empresas periódicas, el consejo parece un auténtico y extraño *who’s who* de los negocios inmobiliarios y de construcción de la ciudad”.

No todos los casos pueden medirse con el mismo rasero, como matiza en Barciela en su artículo, pero no deja de ser preocupante esto otro que señala: “La mayor parte de estos periódicos, o son deficitarios o no proporcionan ingresos ni ganancias que justifiquen los desvelos de sus propietarios”.

