

LECTURA



EN MEDIO DE LAS TURBULENCIAS QUE CUESTIONAN EL FUTURO DE LA PRENSA, DOS VETERANOS

PERIODISTAS DE EL PAÍS, LLUÍS BASSETS Y JOSÉ MARÍA IZQUIERDO, PUBLICAN

SENDOS LIBROS DONDE REFLEXIONAN SOBRE EL PORVENIR DEL OFICIO Y DE LOS MEDIOS



El último que apague la luz

El mercado de la información sufre los mismos males que los otros mercados. La oferta ha ido creciendo a medida que la demanda conseguía seguirla. El público que iba siguiendo el hiperconsumo de información pronto ha decidido que todas las noticias deben ser gratis. Y lo peor de todo, para los periodistas y empresarios, es que tienen toda la razón. El consumo de noticias se ha convertido así en una espiral que se retroalimenta sin parar... hasta que la burbuja ha estallado.

En realidad hay muchas menos noticias de lo que creemos. La principal labor de los fabricantes de noticias es hacer pasar por noticias cosas que no lo son. Y esta labor se ha hecho de forma tan habilidosa que al final se ha conseguido organizar el mundo alrededor de no noticias acerca de no acontecimientos. Basta con abrir un periódico o seguir un informativo de cualquiera de los medios convencionales para darse cuenta de que una buena parte de lo que consideramos como las noticias del día, las novedades, no lo son en absoluto. Y para colmo, no son propiedad de nadie, pues todos las conocen, incluso la audiencia que las consume.

El exceso de noticias tiene que ver, en primer lugar, con la fabricación de los acontecimientos mediante métodos industriales. Una gran parte del espacio diario de los medios está ocupado por acontecimientos perfectamente programados de antemano, de desenlace también conocido o irrelevante, surgidos de las agendas políticas e institucionales y de la vida cultural, los espectáculos o el deporte. Una gran parte de estas noticias llegan propiamente manufacturadas o precocinadas a manos de los periodistas que se encargarán de dar los acabados, incluida en muchos casos la firma como autor de la narración.

Lluís Bassets: “La laxitud en la fabricación de noticias propias tiene en el mundo digital su hábitat más adecuado”

En la fabricación de este tipo de noticias, los gabinetes de prensa y las agencias de relaciones públicas tienen un papel mucho más relevante, aunque oculto de cara al lector, que las propias redacciones. El incremento del número de noticias en los últimos 50 años puede ponerse en correlación con el recorte de las plantillas de reporteros en las redacciones y el aumento casi equivalente o incluso mayor de las plantillas de los gabinetes de prensa de las empresas privadas, los Gobiernos, partidos e instituciones públicas y de las agencias de relaciones públicas.

Hay, pues, una transferencia de las decisiones desde las redacciones hacia el exterior y una disminución del reporterismo original que no pueden achacarse ni mucho menos a la última crisis, sino que vienen prácticamente detectándose desde la primera gran crisis tecnológica contemporánea, en los sesenta, que es la que corres-

ponde al paso de la composición en caliente a la composición en frío.

A esta proliferación producida por una externalización forzada de la información se suma la progresiva laxitud en la fabricación de las noticias propias, que encuentra en la irrupción del mundo digital su hábitat más adecuado. El mundo digital es por su propia naturaleza el de la proliferación de la información a escala vírica. El propio concepto de noticia deja de tener sentido en una plataforma digital, pues cualquier información en su más elemental estado sirve ya para ser difundida en la Red.

No hay, por tanto, noticias, sino versiones sucesivas e instantáneas de una información que van tomando cuerpo y solapándose hasta conformar la noticia que se instalará en la actualidad como tal. La Red no puede esperar como el papel y necesita vivir de estas noticias que todavía no han tomado forma, no han sido confirmadas,



Getty

llámense rumores o lo que queramos. Ahí tenemos otra fuente de contaminación y de sobreabundancia.

La crisis actual del periodismo tiene, así, algunas semejanzas con la crisis de las hipotecas *subprime* que ha conducido a la crisis financiera y a la recesión. Hay unos valores falsos, unos activos sobrevalorados hasta extremos indecentes, que tienen además un carácter tóxico, es decir, contaminan a los valores de calidad cuando se mezclan. La pérdida de credibilidad y de confianza en los periodistas se debe a la masiva presencia de estos valores tóxicos perfectamente conocidos por el público.

Regresar a las noticias de calidad, bien comprobadas y contadas, será tan difícil o más que recuperar los valores buenos en la banca financiera. Pero lo primero que hay que hacer es situar el listón bien alto. Ya que todo es noticia, decidamos que solo será noticia lo que cumpla con las exigencias en un grado máximo: relevancia inmediata, por supuesto, pero también significación social, política e histórica; y dediquémosle entonces nuestros mejores esfuerzos. ●

El último que apague la luz, de Lluís Bassets, está ya a la venta. Editorial Taurus. 19 euros.

¿Para qué servimos los periodistas? (hoy)

Los periodistas servimos para contribuir a la civilización que hay más allá de la cueva o la aldea. A colaborar en abrir el campo de intereses y de conocimientos de los ciudadanos. Nos dedicamos a lo que nos dedicamos para procurar que las personas sepan lo que les ocurre a otras personas y por qué. Solo esa misión ya justifica nuestra existencia. Porque, si sabemos eso, ya estamos ayudando a que la sociedad tome conciencia de que todo individuo pertenece a un grupo mayor, con intereses y problemas semejantes, y que juntos pueden hacer algo para avanzar hacia la mejora de sus condiciones. Los medios de comunicación lo son porque sirven para unir, ensamblar, articular. Para relacionar a unas personas con otras. Que unos sepan lo que les ocurre a otros. O lo que piensan. O lo que desean. O lo que rechazan. Porque una sociedad in-

comprendido lo que me decía, porque me lo ha explicado bien y, además, ha sabido ofrecerme diferentes puntos de vista.

Nada lograremos si no somos capaces de empeñarnos en hacer cada una de esas minucias —hasta un breve— como si estuviéramos haciendo la mejor de nuestras colaboraciones para *The New Yorker*. Matemos por una noticia de veinte líneas bien hecha. Hagamos un buen párrafo de arranque para enganchar al lector y contemos lo imprescindible para entender qué ha pasado, dónde, cómo, cuándo, por qué y qué consecuencias puede traer. Por adelantarnos en unos minutos a la competencia —ser el primero también es un atributo del buen periodista— en contar que ha habido un accidente en el metro. Hagamos bien, muy bien, perfectas las pequeñas cosas, para desde ahí pasar al segundo escalón. Rompamos papeles, tiremos imágenes, despreciamos voces, apretemos la tecla de suprimir una y otra vez. Y tendremos que hacerlo, además, con el reloj sobre nuestras cabezas. Por eso hay que leer, estudiar, reflexionar y practicar tanto antes de ganar el Ortega y Gasset o el Pulitzer. Y hay que hacerlo mucho antes, infinitamente antes. Y completar esa base con el aprendizaje del oficio. Hasta que funcionen los mecanismos adquiridos. Y esta es, también, una llamada de atención a los jefes, cada vez más relajados —lo he visto— y con menores exigencias. Mano de hierro. Solo se dejan pasar los trabajos excelentes. El resto, a rehacerlos. Y esa misma severidad, o incluso más, hay que emplearla en los nuevos medios de comunicación. Cuanto más rápidas y más universales son las redes sociales,

José María Izquierdo: “Cuanto más sabemos, mayores y mejores escudos tenemos ante injusticias o abusos”

cualquiera que sea, más criterio profesional necesitan, más vigilancia de su rigor, su calidad y su ética.

Me gustaría que hubieran observado también que muchos de estos trabajos que buscan la excelencia requieren un determinado tiempo de elaboración. Esa maduración de un tema, esa búsqueda del dato que falta, de la cifra que no cuadra, es la que nos obliga a necesitar de medios que no busquen la inmediatez, ya reservada a otros canales, incluido Internet, que la han ganado en buena lid, sino la ampliación necesaria y contrastada. ¿Al día siguiente? ¿A los diez días? Bueno. Hágase bien el trabajo, ofrezcamos lo mejor y más completo, que el lector lo premiará con su fidelidad. Ni lo duden. ●

¿Para qué servimos los periodistas? (hoy) (Catarata), de José María Izquierdo, se publica mañana lunes. 15 euros.