

EN BUSCA DEL POR QUÉ*

*Walter Romero Gauna
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)*

El primer día en cualquier aula de cualquier escuela o facultad de periodismo del mundo, lo primero que se enseña es a descubrir qué es noticia. Esos factores noticiables que convierten un acontecimiento en noticia y que tienen que ver con la actualidad, la proximidad física o psicológica, la notoriedad, el conflicto, la rareza, la magnitud, etc., confluyen en dos conceptos: que el acontecimiento interese a un número considerable de personas, por un lado; y que sea impactante, por el otro.

Estas fórmulas 'matemáticas' permiten que los alumnos comiencen a ver la realidad de una manera diferente y a ser conscientes de que el trabajo periodístico es una permanente valoración pues, al tener limitaciones de espacio, no puede publicar todo y es su obligación, en ese proceso permanente de selección-valoración, construir una realidad mediática con responsabilidad porque es la que va a consumir el lector.

En este punto es donde radican los grandes problemas del periodismo. Esa construcción de la realidad mediática muchas veces -no siempre- no se hace con la responsabilidad social que se debería. En este sentido, hay dos cuestiones que son fundamentales a la hora de analizar cómo se construye la realidad periodística. Por un lado está la honestidad y, por el otro, no tener una visión reduccionista de las problemáticas sociales y terminar simplificando cuestiones complejas.

Mucho se ha escrito sobre la objetividad o subjetividad periodística hasta que finalmente se llegó a la 'gran verdad': la objetividad no existe. Cuando se habla de subjetividad periodística no solamente se está haciendo referencia a expresar opiniones de manera explícita, sino que esa permanente valoración y selección, son decisiones personales a las que se llegan a partir del bagaje cultural y la historia de cada profesional. Lo importante en este punto es que el periodista -más allá de la opinión formada que tenga sobre determinadas situaciones- no mienta e informe todo lo que ve y lo que sabe sobre el acontecimiento que está cubriendo.

El periodista español, Xavier Mas de Xaxàs, en su libro 'Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación', asegura que "los medios tal como están planteados, ya no son capaces de fortalecer las sociedades democráticas contemporáneas" y cree que los periodistas son rehenes "de un orden político y económico, donde el civismo y la ética tienen un papel secundario".

Al periodista, la mayoría de las veces, le llega la noticia prácticamente armada y muchas veces se publica casi sin introducir cambios, a gusto y conveniencia de determinados conglomerados de poder (en ocasiones es por comodidad del periodista, en otras por el tiempo, en otras por conveniencia y en otras por 'obligación').

Xaxàs está convencido de que "la información nace con sobrepeso y llega al consumidor hinchada de hormonas y a una velocidad difícil de asimilar. Se fabrica en gabinetes especializados, que son capaces de dar brillo al acontecimiento más gris. Su presentación es tan perfecta que el periodista, si quiere, ya tiene el trabajo hecho. A veces, incluso, este regalo va acompañado del estímulo de que él y nadie más que él ha sido elegido para difundir la novedad al mundo entero".

"Las exclusivas se propagan rápido y legitiman su verdad en función del número de medios que las repiten. Prima la repetición, más que la confirmación y la demostración, porque los periodistas suelen copiarse ante la falta de tiempo y dinero para profundizar y reflexionar. El éxito del negocio, al fin y al cabo, no distingue entre comunicación e información. Una cosa es repetir lo que nos dicen -comunicamos el mensaje- y otra, muy diferente es explicar lo que sucede, es decir, informar", agrega el periodista español.

Manuel Vázquez Montalbán, por su parte, indica que "existe un pacto implícito entre las cúpulas del poder mediático, del poder político y del poder económico para fijar y transmitir una jerarquía de valores dominante, que conecta con el sector más establecido de la sociedad"; y asegura que los medios, en este contexto, traicionan buena parte de las responsabilidades sociales a las que están obligados por la libertad de expresión.

El buen periodista es aquel que informa honestamente, más allá de que su nota perjudique algún interés personal o esté ideológicamente en su contra. Muchas veces este buen periodista choca con un muro sin fin y sin puertas, que no le permite informar honestamente. La pauta publicitaria y los intereses políticos de los dueños de los medios, son lazos inviolables para muchos profesionales que tienen buenas intenciones. Pero hay oportunidades... Si no se encuentra la puerta de ese muro sin fin, se puede buscar una escalera y saltarlo sin que los perros guardianes muerdan sus tobillos.

Día a día llegan a las redacciones miles de acontecimientos con aspiraciones de noticia. En esa selección estará la audacia del buen periodista que colará cada vez que pueda un hecho que merezca ser noticia y tal vez esconderá en las profundidades de un papelerito, algún acontecimiento que tiene el derecho económico de ser noticia. Es una batalla muchas veces perdida -sobre todos

en los 'grades temas' que presentan los diarios-, pero la satisfacción es doble cuando David se impone ante Goliat.

Buscar las causas y no simplificar con las consecuencias

En la segunda clase en las diferentes aulas de escuelas y facultades de periodismo, generalmente se enseña que las noticias se conforman a partir de los elementos constitutivos que son las famosas 5Ws: Qué sucedió, Cómo sucedió, Dónde sucedió, Cuándo sucedió y Por qué sucedió. También se asegura que el más importante de estos elementos constitutivos es el Qué. Qué sucedió, cuál fue la consecuencia de un hecho o de una problemática que tiene una consecuencia que es pocas veces indagada. Impacta saber que el 'paco' es la droga que está arruinando la vida de los adolescentes en el Conurbano, y se informa cuántos jóvenes la consumen, cuánto sale y qué consecuencias trae para la salud, pero pocas veces el periodismo trata de entender por qué los jóvenes cada vez más se refugian en las drogas o por qué nadie puede parar ese negocio.

Simplificar cuestiones complejas es un lugar común en el periodismo argentino y hacia allí apunta Mar de Fontcuberta en su libro 'Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción': "Somos seres mediáticos en una sociedad compleja a la que hemos denominado 'sociedad del conocimiento'. Entiendo por 'ser mediático' el hecho de que pertenecemos, lo queramos o no, a una cultura que no puede entenderse al margen de los medios de comunicación. Los necesitamos para saber lo que ocurre, para seguir nuestras pautas culturales y de conducta; para interactuar con nuestros semejantes, para conocer gran parte de nuestros saberes que van a construir nuestras opiniones y encaminar nuestras actuaciones y, en definitiva, para intentar entender el mundo en el que vivimos".

Fontcuberta también apunta a los lectores que con sus demandas y pretensiones también influyen -deberían influir más- en la conformación de los medios: "Una de las características del actual sistema mediático es el aumento progresivo de la interacción con sus audiencias que cumplen un papel activo y protagonista en el desarrollo y desempeño del propio sistema. Por ello, cuando he escrito estos capítulos he tenido en la mira la imagen de un lector (de Usted, lector) que busca en los medios, y en concreto, en la prensa, algo más que 'saber lo que pasa'. Un lector que indaga más allá de lo evidente, que necesita encontrar el sentido de lo que parece inexplicable, que pregunta, interpreta, se cuestiona, interpela, critica; abomina de la trivialidad con que se publican hechos no triviales; se da cuenta de que hay hechos que nunca se convierten en noticias y noticias que nunca merecieron serlo; se enoja al constatarlo, no se queda con una sola versión de los hechos; critica a los diarios pero no puede vivir sin ellos; se pregunta por qué no son mejores, por qué a veces están tan mal escritos; se indigna cuando aparecen casos flagrantes de incompetencia o, peor, de deshonestidad profesional entre los periodistas; pero también es capaz de apreciar un buen reportaje, un buen título, una buena cobertura noticiosa, la calidad de una investigación y de sus fuentes, y el rigor con el que se construye una denuncia periodística. Un lector que asume como propia la actitud que Daniel Innerarity atribuye al filósofo: la sospecha en su concepto más genuino: 'El filósofo ha sido siempre un agente de la sospecha -afirma-, alguien que pretendía ver en la realidad algo más de lo que se muestra o de lo que nos muestran. Sospechar consiste en suponer que tras lo visible se esconde siempre algo invisible, que las cosas no son transparentes no evidentes, sino más bien oscuras e insondables o -como prefiere decirse hoy en día- complejas'. Un lector que quizás no intuye hasta qué punto es necesaria esa actitud para que exista un periodismo de calidad".

La autora hace referencia a que vivimos en una sociedad compleja y define a la complejidad como aquello que no es simple. El objeto simple es el que se puede concebir como una unidad elemental indescomponible. La noción simple es la que permite concebir ese objeto de forma clara y neta, como una entidad aislable de su entorno. La explicación simple es la que puede reducir un fenómeno compuesto a sus unidades elementales, y concebir el conjunto como una suma del carácter de las unidades. La causalidad simple es la que puede aislar la causa del efecto, y prever el efecto de la causa según un determinismo estricto.

Introduciéndose en los medios de comunicación Fontcuberta asegura que "son un elemento clave en esa sociedad compleja que tiene varias características, una de ellas la de ser una sociedad acontecedora en la que no existen ni decisiones ni acontecimientos aislados; todos tienen unas causas y unos efectos".

La autora se pregunta si los medios escritos son capaces, ya que aduce como una de sus características frente a la televisión el análisis con detenimiento de los acontecimientos, de ofrecer las pautas para interpretarlos. A primera vista, asegura que no, y en ese sentido cita a Edgard Morin quien afirma que "es complejo aquello que no puede resumirse en una palabra maestra, aquello que no puede retrotraerse a una ley, aquello que no puede reducirse a una idea simple. La complejidad no sería algo definible de manera simple para tomar el lugar de la simplicidad. La complejidad es una palabra problema y no una palabra solución". Sin embargo, las respuestas que ofrecen los medios ante la magnitud de los problemas suscitados por una realidad cada vez más compleja van en sentido contrario.

Los diarios no se plantean informar teniendo en cuenta esa complejidad de la que habla Fontcuberta y Edgard Morin, y existen múltiples excusas para ello: la más utilizada es que la escasez de tiempo y de espacio es un obstáculo insalvable para realizar

análisis más rigurosos; también se alude a la necesidad de traducir fenómenos complejos al lenguaje del ciudadano común. La responsabilidad de un buen periodista es no reducir a un título impactante una noticia compleja, que tiene causas diversas y que en muchas ocasiones es preferible no informar por cuestiones de comodidad o por presiones de índole política o económica.

Dos casos ejemplificadores

Hay hechos concretos de la realidad cotidiana que son mal reflejados por la prensa. Desde mi experiencia laboral como integrante de la Dirección de Prensa del Ministerio de Educación de la provincia de Buenos Aires, puedo corroborar ejemplos que certifiquen lo anteriormente expuesto.

En una oportunidad se comunicó a la oficina un periodista de un diario platense para solicitar información sobre un caso que había ocurrido en una escuela de La Plata. Los periodistas -entre otras cosas- llaman a nuestra oficina para buscar información oficial sobre las acciones a seguir en los casos puntuales de conflictos en escuelas. En esa oportunidad quería saber 'qué medidas se iban a tomar desde la Dirección General de Cultura y Educación' ante una denuncia hecha por un grupo de padres sobre el consumo de drogas en los baños de un colegio.

En diez minutos tuvimos la información y la certeza de que esto era 'pescado podrido'. Una madre eternamente inconforme intentaba una vez más desprestigiar a la escuela y a los docentes. Ya había tenido muchos problemas con anterioridad. La carta estaba firmada por siete u ocho padres -sobre una matrícula de 1000 alumnos-, pero desde la dirección de la escuela no habían podido localizar a ninguno. Estaban convencidos de que eran firmas falsas.

Levanté el teléfono para intentar desactivar la nota que quería publicar el diario, pero todo fue en vano. Reproduzco el diálogo:

- Lo que pasa es que la denuncia está hecha- dice el periodista del medio.

- ¿Cuántos padres la firman?

- Siete. Pero me llamó una mina que está medio 'pirucha'.

- ¿Y los vas a publicar igual? Los antecedentes de la mujer no son los mejores y a la nota la firman siete padres cuando la matrícula es de 1000 alumnos. ¿No te parece que no tiene mucha credibilidad?

- Y sí, pero yo no decido.

- Pero van a ensuciar a mucha gente. Vos sabés que no es verdad lo que está denunciando esta madre. Además te aclaro que los otros seis firmantes no aparecen por ningún lado.

- No es mi diario. Yo no lo publicaría, pero te repito, yo no lo decido.

- ¿Pero para qué lo presentás como tema? La información te llegó a vos y si sabés que no es verdad lo tirás a la basura y se terminó el problema. Ahora seguro que mañana lo van a publicar en tapa.

Intentó justificarse, pero no dijo nada. Sólo quería que algún funcionario dijera algo y prometía que iba a ver si podía hacer algo para que no se publicara la nota. ¿Qué se podía decir ante una mentira?

El director de prensa de ese entonces, vocero para el diario del otro día, fue quien habló, solamente para no mostrar pasividad ante una denuncia 'grave', y comentó: "desde hace un tiempo largo se viene trabajando con esta madre que está en permanente conflicto con la institución, intentando que el chico no pierda la escolaridad. Además tenemos que certificar las firmas de los otros seis padres porque la directora de la escuela nunca recibió una queja similar por parte de otros padres".

Al día siguiente, con letras enormes, la tapa del diario decía: "Padres denuncian que alumnos se drogan en los baños de un colegio".

La 'noticia' repercutió en los medios nacionales y durante dos días se puso bajo sospecha a centenares de alumnos por culpa de una madre conflictiva que había truchado algunas firmas, un periodista que no tenía información para llenar su espacio, y un diario que tiene pésima relación con la provincia de Buenos Aires por cuestiones publicitarias. En temas similares el mismo periodista reconoció -off de record- que 'en la época de Duhalde no hubiera salido; la relación era otra'.

Otro ejemplo claro de informar de mala manera se dio con otro diario. En esta oportunidad la deshonestidad periodística estuvo relacionada con el único objetivo de encontrar espectacularidad en un titular, sin importar si era correcto o no. Lo extraño de esta nota era que el contenido de la misma estaba muy claro e informaba a la perfección. La justificación de la periodista encargada de redactarla apuntó a que ella no titulaba y que no podía hacer nada; quedaba claro porque en su redacción no había errores.

El título de la nota -que fue título 1 en la tapa del diario- informaba que "10 mil chicos habían abandonado la escuela pública en el Polimodal". En parte el título no era erróneo, porque es cierto que la matrícula de Polimodal había disminuido 10 mil alumnos, pero lo que era inseparable en esta información era que se había producido un corrimiento de matrícula al sector privado y a bachilleratos de adultos; y el dato se podía corroborar sumando la matrícula total del sistema educativo que había aumentado con respecto al año pasado, sobre todo en el nivel de Educación de Adultos. Si bien la nota lo explicaba, el título logró su cometido

porque la mayoría de los medios nacionales levantaron la información asegurando que 10 mil chicos habían abandonado la escuela pública en el nivel Polimodal.

Era un título impactante, pero lo correcto sería analizar por qué se produce ese corrimiento y si está relacionado con problemáticas sociales y económicas más profundas, vinculadas a que esos alumnos deben buscar un trabajo para poder aportar dinero en sus casas.

Por otra parte también se debería profundizar ese aumento que se produce en el sector privado y ver si existe alguna relación con las medidas de fuerza que se han tomado durante 2005 en el sector público. Mientras los estudiantes que concurren a establecimientos públicos perdieron 10 días de clases, los que asisten a servicios privados, cumplieron sus 180 días de escolaridad. Seguramente para los padres de estos chicos, debe haber sido un factor fundamental a la hora de evaluar un cambio de escuela; más si se tiene en cuenta que hay instituciones privadas que tienen una cuota que oscila entre los 30 y 40 pesos por mes. Muchos padres han gastado más dinero buscando alguna 'muchacha' que les cuide a sus hijos en esos días que imprevistamente no tienen clases, porque no pueden faltar a sus compromisos laborales.

Este es otro caso más en donde se intenta simplificar en un título impactante, dejando de lado la complejidad a la que hace referencia Fontcuberta. Lo correcto hubiera sido titular diciendo que en la provincia de Buenos Aires se produjo un corrimiento considerable de matrícula desde la Educación Media a la de Adultos, y en la bajada completar con las principales causas que se pueden establecer sobre este fenómeno. Seguramente sería una nota interesante, pero la palabra abandono y la cifra 10 mil chicos, quedan indigeribles en los lectores que desde sus autos alcanzan a leerlo en las manos de un canillita.

Notas

* El presente trabajo se enmarca dentro del proyecto de Investigación "Estructuras, funciones y producción de sentido en la construcción de la comunicación institucional en la gestión del sistema educativo de la provincia de Buenos Aires (2000-2002)".

Director: Reynaldo Gómez. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.