

La comunicación periodística ante el reto electrónico: El retorno de los géneros

JOSÉ L. MARTÍNEZ ALBERTOS*

DESEO ser transparente desde las primeras líneas. Diré, por tanto, que este discurso se apoya en los siguientes postulados:

1) La comunicación periodística, como fenómeno social propio de las sociedades industriales, puede desaparecer totalmente en los próximos 20 o 30 años ante la avalancha de la técnica electrónica.

2) La posible supervivencia del periodismo está en buena parte condicionada a que la actividad periodística sea socialmente entendida y valorada como una profesión.

3) El concepto de periodismo como profesión debe estar apoyado en dos pilares: a) se trata de una actividad dirigida al logro de un derecho público colectivo de importancia fundamental; b) el ejercicio de esta actividad deberá estar regulado por unas exigencias éticas elaboradas por los propios profesionales.

4) Esta exigencia ética se debe manifestar día a día en una determinada práctica profesional que puede ser descrita como el respeto corporativo a la teoría de los géneros periodísticos.

Que nadie se sienta engañado, pues, ante el enunciado del contenido de este trabajo. Y sean bienvenidos a bordo todos los que estén interesados en el recorrido que hemos adelantado.

OPULENCIA COMUNICATIVA

1. El peligro de desaparición de la comunicación periodística en los próximos años debe entenderse sólo desde un riguroso planteamiento de qué cosa es el periodismo. Dicho de otra manera: la innovación tecnológica de nuestros días está produciendo una multiplicación asombrosa de los datos disponibles en el comercio ideológico, cultural y económico del hombre contemporáneo. Estamos ante una creciente e imparable opulencia comunicativa en todo lo que se refiere a la cantidad de datos disponibles en cada instante. Pero la multiplicación, la riqueza y la accesibilidad de los bancos de datos puede incluso producir la muerte por asfixia del periodismo.

El periodismo es, desde una perspectiva histórica, un fenómeno social muy rigurosamente específico de nuestras sociedades industriales; es decir, un fenómeno surgido con posterioridad a

* Vigo, 1930. Periodista.
Catedrático de la Universidad
Complutense, Madrid.

1850, en cifras redondas, y rabiosamente condicionado por una mentalidad de corte liberal que sólo se produce en esa región del universo que responde a la denominación de mundo occidental.

Y desde una perspectiva sociológica, debe decirse que el periodismo es un fenómeno propio de la modernidad, que ofrece múltiples dimensiones —económicas, políticas, literarias, culturales, tecnológicas, etc.— y que está situado dentro de un sistema de coordenadas teóricas perfectamente definidas. Un eje de este sistema es lo que llamaremos los *objetivos sociales*. El otro eje cartesiano es una determinada *disposición psicológica*.

El eje primero —los *objetivos sociales*— delimita el campo de la materia prima del periodismo. El periodismo tiene vocación de universalidad, como hace tiempo señaló Otto Groth. Su campo de actuación es «la universalidad de los mundos presentes» de todos los posibles receptores de mensajes periodísticos a través de cualquiera de los diferentes medios de comunicación de masas: prensa, radio, televisión, cine, etc. Pero el ejercicio del periodismo obliga continuamente a una parcelación concreta de esa realidad universal mediante un doble mecanismo intelectual:

a) Sólo son atendidos periodísticamente aquellos hechos cuyas singulares características atraigan suficientemente el interés de los comunicadores hasta el punto de que estos hechos puedan ser valorados como *noticias*. Los medios periodísticos no trabajan con todos los hechos que ocurren en el mundo, sino sólo con aquellos acontecimientos aureolados por un halo mágico capaz de seducir colectivamente a los periodistas. Y estos hechos relevantes se convierten luego en «news that fit to print», o sea, en noticias que merecen la atención de los medios de comunicación periodística.

b) El segundo mecanismo intelectual del periodista le conduce a proporcionar una determinada *forma expresiva* al mensaje, una vez que ha sido decidido que este hecho merece ser comunicado a los ciudadanos. Y desde hace unos cien años, las convenciones lingüísticas de nuestro mundo occidental establecen que sólo hay dos modos expresivos válidos para estos mensajes: el relato y el comentario.

Como resultado de la acción armónica de estos dos mecanismos, podemos decir que la comunicación periodística trabaja discriminadamente con una parte muy reducida de los hechos que ocurren en el mundo —las noticias— y al mismo tiempo se encuentra obligada a dar a sus mensajes unas formas lingüísticas muy precisas —relatos o comentarios—. Por consiguiente, desde la consideración de este primer eje de coordenadas, el periodismo se nos presenta como un fenómeno social caracterizado por dos rasgos negativos, por dos limitaciones: 1) no todo lo que ocurre en el mundo es materia apta para la comunicación periodística; 2) no todas las formas expresivas de la comunicación lingüística son válidas para la comunicación periodística; es decir, la mayor parte de la literatura no tiene nada que ver con el periodismo.

El segundo eje de este sistema —la *disposición psicológica*— nos puede llevar a un terreno de arenas movedizas que intentaré esquivar, por lo menos en sus aspectos terminológicos: el casi siempre mal enfocado tema de la objetividad en la elaboración de

LA VALORACIÓN DE LA NOTICIA

DOS RASGOS NEGATIVOS

EL MUNDO DE LOS HECHOS

LA REALIDAD DÉLO NOTICIOSO

los mensajes periodísticos. Esta referencia o segundo eje cartesiano nace también de una convención laboral convertida en aforismo por C. P. Scott, director del *Manchester Guardian*, hace aproximadamente un siglo: «Facts are sacred, comments are free». Que viene a decir, en esencia, que el periodista debe trabajar con una declarada y consciente disposición psicológica de *no-intencionalidad* siempre que esté dando forma a relatos periodísticos, mientras que su disposición psicológica prevalente en las tareas del comentario ha de ser el *juego limpio en la argumentación*.

Tendríamos que acudir a Aristóteles para encontrar en su *Retórica* un precedente de autoridad y un apoyo terminológico útil para este cometido. El resumen podría quedar así: Cuando el periodista utiliza la *narración* o la *descripción* para contar cosas, se sitúa intelectualmente en el mundo de los *hechos* y su mensaje adopta la forma de un *relato* siempre que actúe con una disposición psicológica de *no-intencionalidad* (es decir, con la preocupación de no introducir conscientemente sus puntos de vista personales dentro del texto que está elaborando). Pero cuando el periodista utiliza la *exposición* o la *argumentación* se sitúa en el mundo de la *opinión* y su mensaje periodístico recibe el nombre de *comentario*: un comentario que, por definición, es libre y subjetivo pero que debe someterse a las reglas establecidas *delfair comment* o *juego limpio*. No-intencionalidad y juego limpio son las dos vertientes de la necesaria honestidad intelectual que debe estar siempre presente en la elaboración de las dos únicas formas lingüísticas posibles en la comunicación periodística: el relato y el comentario.

El resultado último de esta actividad social llamada periodismo ha sido hasta ahora que comunicadores y medios han procedido a organizar y ordenar la teórica universalidad de los hechos ocurridos —la realidad de lo noticioso— al servicio de las necesidades intelectuales y materiales de la comunidad, mediante una especie de delegación de funciones que los ciudadanos otorgan a los periodistas. Está aquí sintetizada la teoría del periodismo como sistema para la *periodificación* de la realidad, que en España ha sido desarrollada por los profesores Juan Beneyto y Enrique de Aguinaga.

He dicho al comienzo que el periodismo puede desaparecer en los próximos años aplastado por la tecnología electrónica. Efectivamente: por la aplicación coordinada de los bancos de datos con los ordenadores personales, el teletexto, el videotex interactivo, etcétera, cada consumidor individual de información podrá *periodificar* la realidad de acuerdo con sus criterios personales, sin delegar en nadie este derecho individual. Cuando esto llegue a suceder, la comunicación periodística habrá dejado de existir. Los *mass-media* serán entonces simples vehículos para la transmisión de datos, algo así como clavijas en una central telefónica para poner en contacto simultáneamente a varios comunicadores/receptores de una información aséptica y descarnada: los *mass-media* serán en este supuesto simples redes de difusión (*common carriers*). El periodismo, la comunicación periodística, supone necesariamente

que un comunicador tome decisiones técnicas sobre *qué cosas* son noticias, sobre *la forma* de los mensajes (relatos o comentarios) y sobre *las fuentes* que han de ser utilizadas. Y que esta decisión técnica se lleve a efecto a partir de una determinada disposición psicológica de honestidad intelectual.

La pregunta es ésta: ¿pueden las redes de difusión de datos hacer innecesaria a los ciudadanos la recreación de la realidad, punto de partida imprescindible para una verdadera comunicación periodística?

2. En algunas comunidades numéricamente reducidas y altamente desarrolladas el avance electrónico acabará convirtiendo el periodismo en una técnica social desechable por innecesaria. Pero el gran problema no es lo que suceda en unos grupos sociales elitistas, sino lo que ocurra en las grandes comunidades políticas del mundo occidental. Y mi previsión personal es que el periodismo puede ir retrocediendo paulatinamente ante la innovación tecnológica hasta quedar reducido a un fenómeno residual, como testimonio de otro tiempo y de otra mentalidad.

Será posible la supervivencia vigorosa de la comunicación periodística, en lucha competitiva con los sistemas de redes de difusión de datos, siempre que la tarea humana que denominamos periodismo llegue a ser verdaderamente *una profesión*, y no el simple ejercicio de un trabajo dirigido a la producción industrial de unos determinados servicios.

3. El concepto de periodismo como profesión coincide sustancialmente con el concepto genérico que los sociólogos descubren en todas las profesiones. Pero hay dos rasgos particulares que conviene destacar para una mejor valoración de los elementos diferenciales de las profesiones frente a otras actividades humanas —oficios, dedicaciones, trabajos, tareas, etc.—: a) que esta actividad humana esté desempeñada por unos pocos ciudadanos que actúan con una delegación colectiva del cuerpo social para hacer posible en esta comunidad la adquisición de unos bienes de interés público; b) que el ejercicio de esta actividad esté sometido a determinadas exigencias éticas surgidas normalmente de un proceso de autorregulación deontológica.

Recientes trabajos de prestigiosos expertos en sociología de la comunicación de masas (Francis Baile y Emmanuel Derieux en Francia, Anthony Smith en Gran Bretaña, por ejemplo) han insistido en estos dos rasgos como señas de identidad de la deseable —y para ellos todavía lejana— profesionalización de la actividad periodística. «Faltan todavía —dice A. Smith en *The Geopolitics of Information*— las normas clave de la profesionalización: el control colectivo de ingreso en el grupo; un código de servicios altruistas, apoyado en una escrupulosa autovigilancia; un conjunto especial de capacidades basadas en la absorción de un cuerpo definible de conocimientos, y un conjunto de relaciones con el público.»

Me atrevo a exponer aquí ordenadamente los cuatro elementos sociológicamente exigibles hoy en el mundo occidental para que la actividad periodística pueda ser considerada una profesión: 1) De-

UNA PROFESIÓN

PROFESIONA- LIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA

**TODO
PERIODISMO
ES
INTERPRETACIÓN
SUBJETIVA
DE LOS
ACONTECIMIENTOS**

be ser una actividad al servicio de unos bienes sociales fundamentales: el derecho de los ciudadanos a la información; 2) El cuerpo social, mediante unos mecanismos apropiados, confía delegadamente el cumplimiento de este derecho básico a unos concretos ciudadanos por razón de una capacidad técnica debidamente acreditada; 3) Estos ciudadanos desarrollan de modo estable y mediante remuneración los cometidos sociales que les han sido delegados; 4) El ejercicio profesional está sometido a procedimientos de autocontrol (códigos de ética, consejos de prensa, gabinetes de autocritica, *ombudsman* de los receptores, etc.).

Lo que en el futuro va a diferenciar a un periodista de un experto en redes de difusión de datos será, precisamente, el distinto modo psicológico como cada uno asumirá su papel: el experto en redes no deberá preocuparse más que de *acumular mecánicamente la mayor cantidad de datos* llegados de fuera con la máxima eficacia posible en cuanto su utilización y almacenamiento, mientras que el periodista estará introduciendo conscientemente, en el conjunto de los datos, juicios valorativos personales que actúan discriminadamente sobre los hechos para proporcionar a los ciudadanos un *esquema periodificador* de la realidad. Todo periodismo es necesariamente una interpretación subjetiva de los acontecimientos. Pero el periodismo es una profesión sólo cuando esta interpretación subjetiva de los comunicadores puede ser controlada corporativamente, de acuerdo con unas normas claras que regulan la corrección o incorrección de los actos propios de la profesión periodística.

El derecho de los ciudadanos a la información podrá lograrse mediante la utilización personal de las redes de difusión de datos —cada individuo elegirá su propio menú— o delegadamente a través de la actuación profesional de los periodistas. Pero no puede haber profesión periodística sin unas normas éticas que depuren los posibles abusos de los comunicadores respecto al mandato social tácitamente delegado en ellos por la comunidad.

**LA VUELTA
A LOS
GÉNEROS**

4. Esta exigencia ética, condición *sine qua non* para que la actividad periodística sea considerada una verdadera profesión, nos conecta con el comienzo de este ensayo; concretamente, con el segundo eje de coordenadas para la delimitación conceptual del periodismo: la disposición psicológica de los comunicadores.

Brevemente, esto es lo que deseo proponer como tesis argumental: el reto electrónico va a provocar —está ya provocando— un retorno de los periodistas a la normativa de los géneros, como apoyo imprescindible para distinguir, la actividad periodística entendida como profesión frente a la simple elaboración acumulativa de datos para las redes de difusión. La vuelta a la observancia de los géneros se convierte así en una credencial de profesionalidad que acarrea una legitimación social del papel que la comunidad encomienda a los periodistas: recrear la realidad mediante la periodificación ordenada de las cosas que pasan en el universo mundo.

Afirmo, por tanto, que ya en nuestros días —pero de modo especial en los años venideros— el derecho a la información de los

ciudadanos está cada vez más condicionado a que los periodistas sepan cumplir con las normas particulares de su profesión. Y digo a continuación que la primera de estas normas profesionales consiste en elaborar relatos y comentarios de acuerdo con unas convenciones culturales extraídas de la mentalidad liberal que ha hecho nacer y desarrollar este mundo en que vivimos.

No se trata solamente de una norma ética. Hay aquí algo distinto y verdaderamente inserto en la misma naturaleza del hombre. Es más bien una necesaria disposición psicológica —la honestidad intelectual en su doble vertiente de no-intencionalidad en el relato y juego limpio en el comentario— entendida como factor que obligatoriamente debe integrarse en el mensaje periodístico. Hasta el punto de que si no se detecta la presencia de este ingrediente, el pretendido mensaje periodístico está viciado en su misma raíz. Y lo que aparenta ser un relato no es en verdad un relato periodístico si le falta ese ingrediente básico de la no-intencionalidad. Y lo que pretende ser un comentario no es un adecuado comentario periodístico si se echa en falta el imprescindible ingrediente del juego limpio en la exposición o la argumentación.

¿Se puede detectar la ausencia total o parcial de estos ingredientes psicológicos en el producto final de consumo periodístico? Sí, efectivamente, se puede. Yo he apuntado unas pistas para la detección de estas posibles «fugas, de honestidad intelectual» en algún trabajo ya publicado. Me remitiré, simplemente, a mi libro *La noticia y los comunicadores públicos*, capítulos 3 y 4.

Aquí sólo pretendo dejar apuntada una idea que a mí me parece fundamental para encarar con lucidez el futuro de la comunicación periodística ante el reto de la tecnología electrónica: el periodismo podrá sobrevivir únicamente si los periodistas saben hacer de su trabajo una verdadera y exigente profesión; pero la profesión del periodista se medirá cada vez más por su competencia para elaborar mensajes de acuerdo con una *teoría normativa de los géneros periodísticos*.

O dicho de otra forma: en el futuro, el derecho a la información de los ciudadanos, ante la avalancha electrónica, estará mejor atendido si se produce un retorno corporativo de los periodistas a esa mentalidad liberal que establece como dogma primero el principio según el cual «los hechos son sagrados y los comentarios son libres».

NORMA ÉTICA