El ciudadano, en las crisis, busca la verdad con avidez

POR **MAGIS IGLESIAS**

Cuando Kapuscisnki decía que para ser un buen periodista es preciso ser una buena persona[1] estaba hablando de ética y compromiso social, elementos ambos que dan sentido al ejercicio del periodismo, hoy en día tan confundido con otras actividades relacionadas con la comunicación.

En defensa de un derecho democrático

Más allá de facilitar datos o aportar contenidos a lectores y audiencias de los distintos medios, el periodismo desempeña un papel imprescindible en toda democracia: garantizar el derecho a una información veraz que tiene todo ciudadano para poder decidir en libertad. Cuando los periodistas olvidan sus obligaciones para con los sujetos del derecho a la información, trabajan solo en beneficio propio o se dejan manejar y sirven a intereses espurios, ignoran la verdad en busca del espectáculo, la fama o la codicia… dejan de hacer periodismo.

El respeto a la verdad, la búsqueda del rigor y el sometimiento a los principios éticos -la deontología profesional- deben estar siempre acompañados por la solvencia intelectual del periodista, que solo con autoridad moral y una sólida formación podrá cumplir con su tarea de modo que merezca la credibilidad y alcance el prestigio que los ciudadanos buscan y necesitan. Este servicio es tanto más perentorio hoy, en la medida en que la globalización de las comunicaciones, la promiscuidad de imágenes y datos, la vertiginosa velocidad de las Nuevas Tecnologías de la Información impactan en los individuos de todas las edades, nacionalidades y condiciones con la fuerza de un tsunami. Ahora, como nunca antes en la Historia, es necesaria la intermediación periodística para que la exposición directa de los ciudadanos al maremágnum de *inputs* comunicativos no se traduzca en saturación y, por lo tanto, desinformación.

Es en situaciones de crisis cuando la necesidad de la intermediación periodística se hace más evidente. Ante informaciones banales, apenas parece haber diferencia entre las noticias de los medios convencionales y las que circulan por canales apócrifos del espacio digital. Pero cuando la sociedad padece una fuerte sacudida en sus cimientos democráticos, su sistema económico o sanitario, los individuos buscan la verdad con avidez. Es entonces cuando el ciudadano precisa disponer de la información veraz que le garantiza la Constitución, porque

Fundación Telefónica
Telefónica

solo así podrá tomar decisiones útiles para su vida y la de los suyos.

En la crisis económica que llevó a España a un índice de desempleo de hasta el 26,94 por ciento de su población activa y al borde de la bancarrota en momentos en que la prima de riesgo superaba los 600 puntos, los españoles buscaban la mejor interpretación de las cifras y los hechos que se estaban produciendo -generalmente fuera de nuestras fronteras- a una velocidad insoportable. El periodismo tradicional fue presa del pánico en los primeros momentos, percutido por las ráfagas de noticias alarmantes que disparaban cual metralletas las agencias de noticias o circulaban por el espacio digital. Basta ver las portadas de los periódicos y telediarios en aquellos días cuando se pulverizaban todos los récords hasta entonces conocidos.

Sin embargo, superados los primeros movimientos sísmicos, los periodistas especializados en información económica acertaron al poner las cosas en su sitio cumpliendo con su trabajo: buscando el dato antes que la opinión, garantizando la solvencia de las fuentes, seleccionando y contextualizando los hechos mediante una adecuada traducción de la terminología economicista, para poner a la altura de los ciudadanos acontecimientos que les resultaban remotos en su origen pero que tendrían una enorme repercusión en sus vidas.

El discurso político y el periodismo económico

La intermediación periodística facilitó -en cierta medida- la comunicación entre los políticos, las autoridades económicas, los agentes sociales y los receptores. En los discursos parlamentarios que encararon los dos grandes partidos políticos españoles, que tuvieron que bregar con la crisis económica, apenas se aprecian diferencias. Tanto el presidente José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) como Mariano Rajoy (PP) acudieron al Parlamento para anunciar sendos vuelcos en sus compromisos políticos, forzados por la gravísima situación del país. Los dos Plenos del Congreso fueron retransmitidos por *streaming*[2] y a través de *TVE 24H*, pero muy pocos españoles (prácticamente solo las élites económicas y políticas) podían considerarse plenamente informados al término de las emisiones.

Zapatero (12 de mayo de 2010) y Rajoy (11 de julio de 2012) se comportaron de forma muy similar. Las diferencias ideológicas quedaron difuminadas ante la magnitud de la crisis y ambos esgrimieron idénticos argumentos, justificaciones y planteamientos sobre la situación y en relación con las medidas que anunciaron. En un estudio realizado sobre el corpus de sus intervenciones[3], pudo comprobarse que hasta emplearon el mismo léxico y metáforas parecidas. El exceso de tecnicismos, eufemismos y falacias de sus discursos no permitían una asimilación total de los contenidos por parte del ciudadano medio. Por otra parte, no es verosímil pensar que la población española dispusiera de medios para determinar la veracidad de los muchos datos aportados por los presidentes.

La intermediación periodística, en ambos casos, cumplió con su papel y ‘tradujo’ para el público la realidad de las medidas, los argumentos y el significado político y económico de sendos parlamentos. Es un hecho -a la vista de portadas y editoriales- que los diarios españoles no se dejaron llevar por los intereses electorales de los partidos y ofrecieron versiones libres de sus discursos, si bien es cierto que cada periódico exhibió su perfil editorial con críticas y disculpas

Fundación Telefónica
Telefónica

según la ocasión. Así, los que reprocharon el cambio a Zapatero en 2010 contemporizaron con Rajoy en 2012 y los que se mostraron comprensivos con Zapatero en 2010 fueron críticos con Rajoy en 2012. Tan poca imaginación desplegaron los diarios españoles ante estas situaciones emblemáticas de la reciente crisis económica, que se repitieron -con dos años de diferencia- los mismos términos, enfoques y titulares en las portadas.

Si con la crisis económica el periodismo español 'salvó los muebles' gracias a la pericia de los profesionales especializados en asuntos económicos que hicieron gala de sus habilidades pedagógicas, la oferta informativa estuvo exenta de atractivo, variedad e innovación. Sin embargo, con el tiempo, tendremos que admitir que quizás haya sido esta crisis económica la última en la que la intermediación periodística cumplió con su papel como referencia informativa -la venta de prensa económica experimentó un repunte- y convivió perfectamente con el auge de otros actores y sistemas de comunicación que se multiplicaron gracias a las redes sociales. Incluso en Twitter, la nutrida presencia de periodistas parlamentarios en esta red facilitó y multiplicó el efecto de su trabajo.

Experiencias posteriores nos permiten añorar los inicios de esta década, pues la crisis sanitaria provocada por el contagio en España de la enfermedad del ébola, cuatro años después, nos ofreció un panorama realmente penoso por el deterioro de la intermediación periodística, que fue prácticamente arrollada por el vendaval digital. No obstante, hay que reconocer que se desató un pánico inusitado en la población, alimentado por el miedo y la desinformación propia de unas circunstancias inéditas para las que ningún país estaba preparado, como denunció acertadamente la OMS.

Desde el punto de vista de la comunicación, esta ha sido la primera situación crítica que hemos vivido ya en pleno desarrollo y expansión de la comunicación global digital, de la que son puntal principal las redes sociales. Por otra parte, el hundimiento de la prensa, la televisión rendida al 'infoentretenimiento' y la depauperación de las redacciones pusieron al descubierto que el periodismo está en grave peligro de extinción.

Depauperación de las redacciones

La calamitosa situación de los medios de comunicación convencionales se ha traducido en una generalizada mala praxis del periodismo, que ejercen profesionales de escasa cualificación y casi nulo control de calidad. El empobrecimiento de las redacciones, de las que han sido desalojados los periodistas más veteranos, así como la escasez de medios y proliferación de tareas para un solo profesional, en general con poca experiencia en el oficio, se dejan sentir en los resultados y, especialmente en situaciones límite como una crisis, se traducen en equivocaciones garrafales. Para colmo, no hay muchos periodistas especializados en información sanitaria, porque los empresarios entienden que es un lujo que no se pueden permitir.

Hemos podido comprobar que los malos hábitos convertidos en actuación sistemática del 'cortar y pegar' -sin leer, asimilar y comprender previamente- dan lugar a errores incluso a la hora de copiar textos de la Organización Mundial de la Salud. La obsesión por las valoraciones -'reacciones', en el argot- convertían a los periodistas en marcianos en ruedas de prensa

Fundación Telefónica
Telefónica

completamente inútiles en un entorno de información institucional muy precaria e incluso torpe. La necesidad de abrir portadas y telediarios con el ébola para responder a la demanda ciudadana sin disponer de datos fehacientes y contrastados o investigaciones propias, obligaba a llenar el espacio con informaciones poco rigurosas u opiniones de personas escasamente solventes, cuando no por rumores o flagrantes vulneraciones del código ético profesional completamente gratuitas, como la entrada de periodistas en la zona restringida del hospital Carlos III sin justificación alguna.

Esos y otros muchos errores y carencias se llevaron por delante el periodismo, arrastrado por la marea imparable de bulos, alarmismo, amarillismo, morbo y espectáculo, combustible infalible de las redes sociales que se enseñorearon de la sociedad española. La proliferación de mentiras a través de Internet (WhatsApp, *e-mail*, Twitter) llegó incluso a convertirse en noticia en los periódicos y medios convencionales cuando la marea ya se había desbordado. Lo más grave fue que esta falta de actuación del periodismo como referencia de la verdad y objetividad dejó huérfanos a los ciudadanos y permitió que cundiera el miedo, con las nefastas consecuencias que ha tenido para algunos colectivos, como los habitantes de la localidad de Alcorcón o los niños residentes en el edificio de la auxiliar de enfermería contagiada por la enfermedad.

Hemos de admitir que las aguas volvieron a su cauce en los medios convencionales cuando la información institucional fluyó adecuadamente de la mano de los expertos. Pero lo ocurrido ha puesto de manifiesto que una sociedad sin periodismo se siente más débil y vulnerable ante los riesgos. Las TIC ofrecen un universo de posibilidades para el periodismo de datos, la investigación y la oferta de nuevas propuestas en la difusión de la comunicación. Pero también suponen riesgos si las herramientas tecnológicas no son utilizadas por la mano experta del buen profesional porque, como el río desbordado por la tormenta, la marea digital arrastra elementos de toda calaña.

El periodismo es deudor del interés general y no debe dejarse llevar exclusivamente por el lucro de los *clics*, la tentación de la fama -buscando el aplauso de los foros- o los violentos vaivenes de las tendencias, hoy deificadas como *trending topics* del espacio digital. Porque los nuevos ‘mutantes bárbaros’ de los que nos habla Baricco[4], también necesitan el oxígeno de la libertad para respirar.

Notas

[1] Kapuscinski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Anagrama.

[2] En la web *http:// www.congreso.es*

[3] Iglesias, M. A. (2013). *La verdad en el discurso Político: Zapatero y Rajoy frente a la crisis económica.* Madrid: UCM, TFM.

[4] Baricco, A. (2009). *Los bárbaros.* Barcelona: Anagrama.

Fundación Telefónica

Fundación Telefónica
Telefónica