



PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO SIMÓN BOLÍVAR
39ª VERSIÓN - 2014

DISCURSO PRESIDENTE DEL JURADO
HERIBERTO FIORILLO

EL BUEN PERIODISMO

Buenas tardes.

Señoras y señores, colegas y amigos:

¿Dónde está el buen periodismo?

La pregunta atraviesa la espina dorsal de un oficio que busca contar a cada instante las anomalías de este mundo. La misma que formulan los editores, receptores en últimas, que demandan informaciones verídicas todos los días.

Nos la hicimos como jurado del premio que nos convoca y nos la repetimos aquí, a pocos meses de la decapitación de dos reporteros norteamericanos, transmitida al mundo por internet; a escasos meses también del asesinato del colega Luis Cervantes, periodista de radio comunitaria, muerto a tiros por sicarios, en aparente represalia por su labor, cuando el Estado le había retirado sus guardaespaldas, en Tarazá, Antioquia.

En Colombia aumentan las agresiones a periodistas. Entre el 2013 y el 2014, reporteros de Cali y Buenaventura, del Bajo Cauca, Montería y la Guajira, fueron atacados o amenazados por delincuentes; son más de noventa en lo que va del año. La cifra dobla la del anterior.

La impunidad en estos casos no resulta histórica. Lo histórico es que más bien nunca se capture a los culpables de los delitos contra periodistas.

Los buenos periodistas colombianos enfrentan ataques y amenazas de la mafia, de guerrillas, paramilitares y toda clase de bandas criminales; sufren presiones ideológicas y económicas, evaden insinuaciones de superiores más preocupados por el negocio que por la calidad del producto; se resisten a transformar sus escritorios en agencias de propaganda o publicidad; se niegan a delinquir, a comprometer lealtades con anunciantes, favorecer candidatos en campaña, pedir o recibir dineros para callar o acomodar informaciones; periodistas buenos que vencen sus propias tentaciones y demonios, sus flaquezas y soberbias, el síndrome arrasador de la chiva, el miedo permanente, la angustia de quedarse sin empleo.

Con sus excesos de información, la tecnología ha ayudado a crear en estos tiempos la sensación de que el periodismo es innecesario. Los augures de la comunicación presagiaron su muerte a manos del universo digital. “Si tenemos todos acceso a toda la información, no tienen sentido los intermediarios”. Eso lo dijeron. Lo siguen diciendo. “Cualquiera puede sacar un blog, un portal web y competir por lo alto”.

Una cosa es el periodismo, otros los periodistas y otras, las empresas periodísticas. En crisis económicas, cuando han caído los niveles de consumo, las empresas reducen el papel y los ingresos por publicidad, el tamaño de los espacios, el número de artículos, sus nóminas...Y montan foros, diversifican, aprovechan las noticias de agencia y los boletines que arriban a su redacción; otros dependen más de redactores de mesa y de editores que viven asomados al internet para no salir a buscar noticias.

Nuestra crisis es también de valores y pone en tela de juicio toda credibilidad. Algunas publicaciones han sobrevivido y progresado, manteniéndose fieles a sus principios, renovándose, haciendo rentables sus versiones digitales. Otras han sido captadas por corporaciones enormes, cuyas principales actividades se realizan en sectores distintos a los de la comunicación y se rigen por metas de rentabilidad económica, a veces incompatibles con los principios periodísticos. En casos así, la lógica de los criterios comerciales amenaza la independencia del oficio y lo aleja de su responsabilidad social, de su calidad como servicio público.

La misma revolución tecnológica ha sido remodelada por la lógica y los intereses del sistema económico. En móviles, tabletas y computadores, la velocidad se vuelve un fin en si misma, lo urgente resta atención a lo relevante y el dato o el comentario adicional sustituye la verificación. Lo prioritario es transmitir, antes que confirmar, salir primero, sin rigor alguno. Sometido a la velocidad de los nuevos inventos, el periodismo hace enormes esfuerzos para pensar y, cuando no lo hace, sus públicos, casi siempre sin saberlo, están perdidos.

Comprometido con su audiencia, dentro de un universo mediático que informa, enseña y entretiene, un buen periodista apuntará siempre a lo relevante, luchará por mantener su credibilidad e intentará crecer y resistir donde pueda, en medios tradicionales o tecnológicos. Su propósito democrático será el de siempre: proporcionar a los ciudadanos la información que les permita ser libres y capaces de gobernarse por sí mismos.

Hoy, que las mayorías del mundo parecen más interesadas en juegos intrascendentes de recreo universal, lejos de los esfuerzos que la búsqueda de la excelencia y la calidad demandan, quizás deban las grandes minorías pagar por los contenidos periodísticos, con la misma motivación con que pagan el colegio de sus hijos. En este caso, el buen periodismo tendrá que responder siempre, como las mejores instituciones docentes: entregando contenidos de inmejorable calidad.

Porque una comunidad que forma a sus hijos y ve a sus ciudadanos como consumidores, es una sociedad irresponsable que los condena a la manipulación. Ahí están las exitosas publicaciones que invitan a los periodistas a cambiar los objetivos de su misión. Y ahí los colegas que han aceptado tomar la forma del recipiente y torcer su ética hasta la abyección.

El periodismo sigue siendo un oficio sensible, en el que la más ligera falsedad o desviación, puede hacer pedazos la credibilidad de los buenos receptores. El buen periodista sigue siendo honesto, no intenta engañar ni manipular, no miente ni dice verdades a medias. Si alguno traiciona esos valores y esa lealtad es porque, en lugar de periodismo, está haciendo otra cosa: negocios, publicidad, arte, ficción, relaciones públicas...

Un periodista de verdad no permite que el arribo de tanta tecnología altere sus valores. En estos tiempos de confusión, nuestros buenos colegas seguirán, sin duda, ejerciendo su oficio dónde y como puedan resistir con responsabilidad social, mientras otros, más dúctiles claro, asumirán el olvido de su misión democrática y fusionarán la práctica del periodismo con los engaños o las medias verdades de profesiones cercanas o contrarias, ateniéndose a las consecuencias.

Un buen periodista tiene fe en la inteligencia de su audiencia. De lo contrario, escribe o narra para una masa de tontos. Lo digo aunque hoy muchas audiencias causen decepción entre profesionales del periodismo que desean servirlos. En Colombia, por ejemplo, la gente lee más, pero lee peor. La mayoría de los lectores demanda artículos de pobre calidad. Han pasado de su condición de masa a la de individuos masificados, con pobríssimos hábitos de lectura, preferencias por revistas de gran liviandad, incapaces de analizar o digerir informaciones complejas y globalizadas.

En las redes sociales de nuestros países sólo un pequeño porcentaje de la ciudadanía interactúa con los medios, apenas una especie de élite minoritaria, que más bien se expresa pero no se comunica.

Si, como dijera Walter Lippman, las ideas de la gente no son más que el resultado de una manipulación; si la conciencia se manipula y se fabrica el consentimiento, bien vale la pena conocer y estudiar en sus detalles todos los procesos que intenten comunicar.

Es hora de que las audiencias sean más activas frente a los mensajes. No sólo consumidoras. Que empiecen a transformarse en públicos calificados, lejos de la idiotéz legendaria y del solipsismo digital que practican.

Creemos saber, con más esperanza que consuelo, que hoy habita al mundo un grupo, menor quizás pero muy grande, de gente culta: educadores, académicos, investigadores, líderes, estudiantes, asesores, intelectuales, ensayistas, civilizados todos, preocupados por la baja calidad del periodismo y de la comunicación social, por su facilismo, su apelación y dependencia de los instintos glandulares de la especie, su pobreza creativa, su ausencia de identidad y de diseño valorativo y pedagógico en sus propuestas. Gente civilizada que desea y busca mejorar los niveles de lectura y apreciación audiovisual de sus compatriotas, su comprensión e interpretación de mensajes bombardeados a diestra y siniestra desde los medios, para que logren desentrañarlos como mitos y, al hacerlo, se liberen y sean, de algún modo, un poco más, (o un poco menos) seres humanos.

En internet también existen plataformas independientes que producen información múltiple y aportan credibilidad y nuevas audiencias al periodismo; agencias no gubernamentales, publicaciones sin ánimo de lucro, proyectos financiados por filántropos, fondos independientes, vigorizados por las nuevas tecnologías. Entidades que colaboran con información sobre delitos empresariales, tráfico de armas, terrorismo, derechos humanos y política militar, entre tantos. Organizaciones que ponen su tecnología de punta al servicio del periodismo de investigación, grupos serios que cuestionan la eficacia del periodismo corporativo y fomentan la búsqueda de la excelencia en este servicio público.

En la lucha contra la erradicación de la ignorancia sería definitivo el papel liberador que pudiera desempeñar una alfabetización en medios de comunicación. Una alfabetización que respondiera con justicia al derecho que tienen los pueblos e individuos de estar bien informados, no sólo a nivel de los contenidos sino en relación con el alma de su empaque, sus maneras y formatos, sus géneros y recursos.

¿No se da acaso con mayor claridad la comunicación cuando el receptor sabe si lo que lee u observa es un testimonio, una noticia o un relato de ficción? ¿No es saludable que comprenda el significado del periodismo personal? ¿No sería mejor que tuviera conocimiento de los mecanismos psicológicos y de los lenguajes tecnológicos que puede

utilizar todo emisor, todo creador o recreador cada vez que le hace llegar su versión de la realidad?

Si, como premisa del oficio, el periodista representa a sus receptores en el sitio de los hechos y en las situaciones que generan información, parece fundamental que esos receptores reconozcan la clase de pacto que acaban de suscribir de manera intangible con su emisor, el reportero o el redactor de turno. ¿Reportaje o novela? ¿Periodismo o ficción?

La importancia de este conocimiento, de esta conciencia, se resume y simboliza a veces en pequeñas frases de un enorme contenido formativo y liberador, hacia la construcción de seres humanos autónomos, que puedan vivir en control de su destino.

Antes de iniciar sus clases de literatura, el escritor Kurt Vonnegutt colocaba un gran letrero en su tablero, que decía: “Por favor, no lo tomen todo al pie de la letra”. Dicho de otra manera: No traguen entero, lean entre líneas, asuman y ejerzan el derecho inalienable de la duda, uno de los más grandes recursos del pensamiento.

Tampoco el mapa es el territorio. Una cosa son los hechos, irrepetibles. Otra, el registro o los relatos, las versiones y subversiones cambiantes, sentidas, subjetivas, de esos mismos hechos.

En la construcción de un relato, todo narrador -lo sepa o no- selecciona y combina episodios, imágenes, sonidos y palabras. Y en ese proceso, deja de decir muchas cosas. “Una buena película –decía Hitchcock- es la historia de una persona, sin sus partes aburridas”.

Nuestra cultura fragmenta la realidad para explicarla. Al descuartizar el esqueleto de una crónica, los alumnos de narrativa recurren a la estructura dramática y binaria del cuento, en sus tres tiempos convencionales. Esta estructura resume que el protagonista enfrenta numerosos obstáculos y dice cómo los vence. En el fondo de ese esqueleto narrativo yace el proceso vital de nacer, crecer, batallar y morir, con una sola diferencia fundamental: que la vida sigue cuando el relato acaba.

Los más escépticos se preguntarán conmigo si los medios de comunicación, herramientas fundamentales en el proceso de masificación y globalización del planeta, responsables en gran medida de la joyita de mundo construida por el hombre, podrían reasumir su razón de ser y convertirse en instrumento eficaz y contundente en la liberación de pueblos e individuos que sólo así serían soberanos, activos, en control de sus derechos y patrimonios.

No estoy seguro. Mientras gobiernos nacionales y locales buscan una cobertura cada vez mayor de alfabetización escolar en sus territorios, uno comprueba con tristeza y

preocupación que, cuando no se está utilizando para manipular, este instrumento histórico y convencional se limita a la pobre enseñanza de contenidos literales memorizables, un sistema todavía vigente entre líderes políticos y profesionales de la educación.

Tal vez sea, sin embargo, el momento feliz de iniciar de una campaña liberadora para los receptores del mundo, una que ofrezca conocimiento sobre la gestación y producción de los mensajes que se difunden; una campaña de alfabetización integral multi-mediativa, que nos permita leer al revés, releer desde adentro y aprender el cuento de cómo se cuentan los cuentos.

La manipulación ideológica dejará en gran medida de existir cuando podamos cultivar, sin paternalismo alguno, pueblos e individuos cada vez más fuertes y resistentes, niños cada vez más conscientes y sabios, mejor vacunados contra el posible veneno de los mensajes recibidos a diario.

Se trata, aquí también, de “hacer público lo público”, eso que piden voceros de la democracia mundial, con base en los presupuestos de justicia, libertad, equidad y ética.

Nuestro compromiso como escritores y periodistas limita, a la larga, con el universo de la gramática y de las tecnologías, que nos sirven para dar forma a realidades externas.

De modo que, al descubrir las claves invisibles del libro o del informe que hemos desarmado, al encontrar los resortes secretos de la película que analizamos, tendremos también que decidir si los guardamos con el fin de aplicarlos y utilizarlos de nuevo, como magos o novelistas ante un público; o si los entregamos, con claridad de periodistas a ese mismo público, para que sea éste quien escoja, cada vez mejor, cuánto quiere permanecer encantado o cuándo salir liberado de tan diabólica y eficaz manipulación.

En este último caso sería un público magnífico el que tendría derecho a exigirnos, por fin, a cada instante de todos los días, el mejor periodismo del mundo.

Gracias al Grupo Bolívar por estimular y exaltar el buen periodismo colombiano desde hace 39 años. Gracias, en nombre de mis compañeros de jurado, a su Presidente, Miguel Cortés, y a la Directora del Premio Simón Bolívar, Silvia Martínez de Narváez, por darnos la oportunidad de reconocer y evaluar en este 2014 el mejor periodismo nacional. A ustedes, muchas gracias por escuchar estas reflexiones.