

Previsiones para el periodismo del siglo XXI

JOSÉ LUIS M. ALBERTOS

MANUEL PIEDRAHITA (1998): *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*, Madrid, Editorial Universitas. 274 páginas.

Manuel Piedrahita publicó en 1972 un libro muy valioso y sugerente, producto de un trabajo de investigación sobre el periodismo de aquella década que había merecido una de las becas instituidas por la Fundación Juan March —Becas de Estudios en España 1970—, dentro del campo particular de los proyectos relacionados con Ciencias de la Información. El título de este libro era *El periodismo, carrera universitaria* —enunciado un tanto oportunista habida cuenta de que por aquellos meses se había producido la incorporación a la Universidad de estos estudios, y que le fue sugerido al autor por el prologuista del volumen, el hoy académico de la Lengua Luis María Ansón—. Recientemente, en 1994, este libro conoció un remozamiento y ampliación de su estructura inicial, saliendo otra vez a la luz pública con el nuevo rótulo de *Periodismo Moderno* (Madrid, Ed. Paraninfo). Entre 1972 y 1998, M. Piedrahita ha publicado un par de libros más centrados igualmente en la discusión y debate de un montón de cuestiones relacionadas con la presencia el mundo actual de los medios de comunicación de masas: *Teleperiodismo: ante el reto de la televisión privada* (1987) y *El rapto de la televisión pública* (1994). Este nuevo libro, dedicado al periodismo del siglo que viene, vuelve, en cierto sentido, a continuar la reflexión y estudio de buena parte de los asuntos que promovieron la produc-

ción del primero de estos trabajos. Efectivamente, el objetivo común en ambos casos es el registro y análisis documentado de los fenómenos y problemas sociales relacionados con la cultura contemporánea, en aquellos aspectos en que esta cultura está siendo condicionada por los medios de comunicación masiva. Este registro es efectuado a la manera de una investigación típica de la sociología descriptiva, para aventurar seguidamente una tímida previsión y avance prospectivo acerca de lo que puede suceder en este terreno en los años venideros.

El texto aparece distribuido en cuatro partes: una parte general, dedicada íntegramente al *periodista*— rasgos específicos de la profesión y estudio comparado de los criterios inspiradores de los métodos utilizados para la formación universitaria de estos comunicadores— y tres partes especiales: *periodismo impreso*, *periodismo audiovisual* y *periodismo electrónico en la sociedad planetaria*. En la parte general, Manuel Piedrahita introduce ya un adelanto acerca de cómo vislumbra el porvenir de la profesión periodística. Pero es en la parte tercera, en los capítulos 24-26 centrados en el periodismo electrónico en estos últimos años del siglo XX, donde realmente se atreve Piedrahita a arriesgar un anticipo de la posible evolución de esta técnica de trabajo social llamada periodismo para las dos o tres próximas décadas. En las últimas páginas del libro, el autor se atreve a cerrar el discurso anticipatorio que había empezado a hilvanar tímidamente en las páginas iniciales, bajo la rúbrica de *Reflexiones previas*.

El discurso anticipatorio de Piedrahita no es verdaderamente original. Dicho de otra manera: el discurso prospectivo de Piedrahita insiste en los mismos lugares comunes en los que estamos cayendo todos cuantos nos atrevemos a entrar con ánimo profético en el terreno de las previsiones y de los adelantos:

«¿Qué es, pues, el periodismo del siglo XXI si no podemos encuadrarlo en lo literario ni en lo político? El periodismo, como aún se entiende por la generación de la ‘galaxia Gutenberg’, probablemente está en vía de extinción. Es un instrumento primordial de ‘mass communication’. Se habla cada día más de comunicadores, en lugar de periodistas. Comunican noticias importantes con la misma valoración que hechos banales o reclamos publicitarios».

Me permito remitir al lector a un trabajo mío —«Más allá del rumor y por encima del caos»— publicado en la sección de «Estudios sobre el periodismo en el siglo XXI» de este mismo número de la revista que tiene en las manos. Esta tesis, o muy parecida, se encuentra recogida en dicho ensayo, en el cual, por otra parte, lo que hago fundamentalmente es glosar unos planteamientos similares recogidos en mi libro *El ocaso del Periodismo* (1997). No hay nada verdaderamente novedoso en estos análisis prospectivos ni en los míos ni en los

ajenos, y, a título personal, confieso que me complace enormemente coincidir en lo sustancial, en este campo confuso de los vaticinios, con un profesional de tan destacada trayectoria como Manuel Piedrahita.

La postura de Piedrahita, de la que yo igualmente participo en sus referencias esenciales, arranca de unos supuestos absolutamente clásicos dentro del periodismo más tradicional. Este autor cita, como respaldo profesional de su visión de lo que el periodismo es y de lo que el periodismo tiene que seguir siendo para que merezca estar presente en el mundo venidero, dos frases altamente representativas, una de James Reston y otra de Walter Lippmann. «El futuro de la información —dice el primero— depende de comunicar inteligentemente lo que está sucediendo en el mundo, el mundo es cada vez más complicado, no se puede comunicar meramente la verdad literal, hay que explicarla». Y por su parte, el segundo comentarista de los dos citados, el clásico entre los clásicos, el legendario W. Lippmann dice que la función del columnista no es decir a los lectores: Esto es lo que ustedes deberían hacer. Su tesis es más simple: «Yo trato de decir a los lectores: Esto es lo que ha sucedido y esto es lo que significa.» (Tesis, añade por su cuenta y muy acertadamente M. Piedrahita, que no parece haber calado en gran parte del columnismo español, más dado a pontificar que al análisis humilde, pero hondo, de los acontecimientos).

Los juicios anteriormente reseñados reflejan, con un lenguaje más refinado, esa especie de aforismo castizo y barriobajero que define de modo tautológico, pero eficaz, en qué consiste ser periodista: «el periodista es *gente* que dice a la *gente* lo ocurre a la *gente*». Y en el momento en que el periodista deje de cumplir este cometido social, su presencia en la sociedad empezará a ser discutible y la figura profesional de estos comunicadores entrará peligrosamente en una vía que conduce a la extinción de la especie. Esta tesis puede ser expresada de modo rotundo, tal como he hecho en mi libro *El lenguaje periodístico* (1989): «La comunicación periodística, como fenómeno cultural propio de las sociedades industriales, puede desaparecer totalmente en los próximos 20 ó 30 años ante la avalancha de la técnica electrónica». Esta afirmación se apoya en la creencia, cada vez más generalizada entre muchos comunicólogos, de que el avance tecnológico está poniendo en grave peligro la verdadera esencia del periodismo, por el efecto combinado de dos tendencias profesionales que ya son detectables en el momento actual: el sometimiento de la noticia a las reglas de juego propias del espectáculo, y el progresivo abandono del principio deontológico que impone una rígida distinción entre información y opinión a la hora de redactar los textos periodísticos. Metidos en el resbaladizo terreno de los hechos futuros, también es posible afirmar aquí que «el avance electrónico acabará convirtiendo el periodismo en una técnica social desechable por innecesaria».

ria». Estamos jugando a profetas y aquí vale casi todo, con tal de que la profecía sea planteada con un mínimo de coherencia a partir de los datos que tenemos en este momento encima de la mesa.

La coherencia es, desde mi punto de vista, uno de los rasgos más acusados en este último libro de M. Piedrahita. Su postura premonitoria respecto al futuro arranca sólidamente de la consideración valorativa de lo que está sucediendo ya en el momento actual, en estos últimos años del siglo XX. Lo hace, además, desde una perspectiva ideológica claramente tradicional, en la más pura tradición del periodismo liberal, tal como apareció esta flor en el mundo occidental a mediados del siglo XIX: «Quizá perdido en la jungla de la comunicación más o menos veraz —dice Piedrahita—, el lector, el oyente y el televidente, pidan al periodista mucha opinión, mucho comentario. Pero nuestra misión debería ser explicar lo que sucede, nos guste o no nos guste personalmente, y que el público se haga su composición de lugar. No es misión del periodista trasladar inquisitorialmente a los que nos leen, nos oyen o nos ven, nuestras fallibles opiniones como si fueran dogmas de fe». (Aquí está, dicho con otro vocabulario, el aforismo anterior: *gente* que dice a la *gente* lo que ocurre a la *gente*). Y concluye el autor con las siguientes palabras, perfectamente definitorias de cuál es su postura intelectual en este asunto:

«Pero la gran lección para los futuros periodistas, y que me parece queda clara en este libro, es que el público quiere una buena información, bien escrita, claramente expuesta, excelentemente presentada y ágilmente comentada.»