

# El zumbido de la propia conciencia

A continuación, se reproduce el texto de la **lección inaugural** de la Escuela de Periodismo **Manuel Martín Ferrand**, pronunciada el 11 de septiembre de 2015. Según el autor de estas líneas, hacen falta redactores conscientes de la relevancia de su propia conciencia, crítica, exigente; pero también editores y directores que lo toleren y estimulen, va en su propio interés.

## **FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA**

Cuando empecé a preparar esta lección, la primera pregunta que me hice fue: ¿qué hubiera hecho Manuel Martín Ferrand en este caso? Inmediatamente, reparé en que a él no le gustaban los sucedáneos en ningún ámbito de la vida, ni en lo gastronómico ni en lo periodístico. De manera que decidí ir por mi cuenta, entre otras razones porque esa era una de esas indicaciones, muchas veces tácitas, que hacía a quienes trabajaban bajo su inspiración, y digo inspiración más que mando, porque Manolo mandaba, pero muchas veces no se notaba, porque te empujaba a pensar por tu cuenta, a discutir, a razonar distinto, a tomar tus propias decisiones, asumiendo los riesgos que comportan. Sabía sacar lo mejor de las personas que tuvimos el privilegio

de trabajar a su lado. A veces podía parecer arbitrario o desmesurado, si bien se trataba de pasión y ambición por llegar más lejos, aspirar a la perfección, a no conformarse. Sospecho que en una circunstancia como esta, ante jóvenes que quieren ser periodistas, Manuel Martín Ferrand les hablaría de independencia, de resistencia, de esa forma de insubordinación que tiene que ver con la conciencia y el criterio individual, con la lealtad a las propias convicciones.

Criterio propio, construido paso a paso, desde los años de formación y de aprendizaje (que duran siempre, debe ser una formación continua) a los de experiencia; criterio cultivado, educado, actualizado para que tenga valor, que es otro de los conceptos que quiero desta-

**Fernando González Urbaneja** es periodista.

car. “Añadir valor”, dar valor al trabajo del periodista. Robert G. Picard razonaba en este sentido en un artículo provocador que tituló “Por qué los periodistas deben ganar poco”. Decía: “Los salarios son una remuneración por crear valor y los periodistas no están creando mucho en los últimos tiempos. Hasta que se enfrenten a esta cuestión ni todos los micropagos del mundo acudirán al rescate de su modelo económico”. (...) El trabajo periodístico se ha estandarizado. La mayoría de los periodistas comparten las mismas habilidades, dan el mismo enfoque a sus informaciones, van tras las mismas fuentes, hacen preguntas similares y escriben artículos muy parecidos. (...) Se puede evitar que desaparezca el periodismo si los periodistas se comprometen a crear valor para el público y se involucran más en fijar el rumbo de los medios”.

El trabajo del periodista te enfrenta permanentemente a dilemas éticos, a alternativas opinables; produce duda y precisa reflexión (para la cual no hay tiempo). El tiempo es uno de los fantasmas del periodismo. Todo es para ayer. Tiempo y recursos son limitaciones morfológicas para la profesión periodística que está instalada en lo inmediato, lo cual supone una dificultad, pues la rapidez complica el rigor, la verificación, el razonamiento y la exposición. Hace más difícil “añadir valor”.

Los lectores nos juzgan por lo que les ofrecemos, no por lo que no aparece. No juzgan el conjunto por lo mejor, sino por lo que les interesa, que puede ser lo menos cuidado. La tesis de la “pirámide

invertida” que suelen enseñar en las escuelas no sirve: la tecnología ha anulado su operatividad. Algo semejante ocurre con ese otro mito de que noticia es que el niño muerda al perro, y no lo contrario. Hay que distinguir entre noticias y extravagancias. Estas últimas dañan el buen periodismo, ofuscan y distraen, no ayudan a comprender, solo entretienen. La extravagancia y el entretenimiento son amenazas al periodismo de valor.

### Hay que distinguir entre noticias y extravagancias

Existe el riesgo de la obsesión por las exclusivas. Es obligado aspirar a ellas, ningún medio puede vivir sin ellas, arman el carácter del periodista y del medio; pero ningún medio está obligado a contar todo, no es posible. Más importante es que lo que cuente sea bueno, cierto, interesante, novedoso. La obsesión por contar lo mismo que los demás (“que no nos pisen nada”, pretenden los directores timoratos e inseguros) no ayuda al buen trabajo; por el contrario, empuja a los redactores a acordar lo que van a contar para que no haya sorpresas, para que sus jefes no les interpielen porque su enfoque fue distinto al de otros colegas.

Que las escaletas de todas las televisiones se parezcan como gotas de agua no es esperanzador: revela poco espacio al pluralismo y a la diferencia, cuando

las sociedades avanzadas y maduras del siglo XXI son cada vez más complejas, más diferentes. Hay que gestionar esas diferencias, convivir, entender...

Pero aludía a dudas y a tiempo. Tuviron dudas los directores de los diarios recientemente con la fotografía de Aylan Kurdi, el niño muerto en la playa turca frente a la isla griega de Kos, una foto captada por Nilüfer Demir, fotógrafa de Reuters, agencia que distribuyó esa y otras imágenes impactantes a todos los medios. Publicar o no publicar, elegir una foto más piadosa o la foto crítica, la de mayor impacto, la que podía herir los sentimientos del público. Un dilema que cada director resolvió de una manera. En mi opinión, sí que había que publicarla. El periodismo está para llamar la atención, para agitar la conciencia, para molestar, para exponer la verdad sin maquillaje, sin Photoshop.

Como ese son muchos los dilemas que se plantean a los periodistas cada día, a todos los niveles, y que requieren conciencia, pensar rápidamente, estar preparado, ser conscientes de las alternativas, de las oportunidades y de los riesgos. El 11-S, los medios norteamericanos pactaron con su Gobierno evitar a la ciudadanía las imágenes más dramáticas, hurtaron la información, las imágenes, siempre tan poderosas. En mi opinión, se equivocaron. El 11-M no ocurrió lo mismo en España. Aquí, los medios hicieron un buen trabajo, aunque casi nadie lo ha reconocido. Los problemas, los disensos, las manipulaciones vinieron luego, cuando el partidismo, la

confrontación política miserable, el cálculo electoral, se adueñó del escenario y trastornó a los medios.

El periodismo es un ejercicio intelectual, de autor, que admite mal mecanismos automáticos o mecánicos. Desde luego que es una profesión con reglas, con *lex artis*, pero también un ejercicio individual con muchas gotas de arte, con firma personal, con estilo propio. Quienes pretendan unificar, quienes creen que un periodista se sustituye por otro más barato sin que pase nada, se equivocan y toman el camino hacia el desastre. Uno de los problemas del periodismo de hoy es que ha desdeñado la experiencia, que no ha acertado a hacer el tránsito obligado por la revolución tecnológica. Nos quedamos alelados.

García Márquez reflexionó en 1996 sobre ese carácter de trabajo intelectual y de autor. El periodista, incluso en el trabajo más simple, en la elaboración de un breve o de unas colas en un telediario, o un pie de foto, deja su firma en un texto, imagen, foto o locución. Para cualquier pieza hay que elegir las palabras, el enfoque, sus componentes, el tono..., y en todo ello hay algo de arte, subjetivo, que requiere conciencia propia, una actitud ética y oficio. El mismo García Márquez explicaba que la ética del periodismo es como el zumbido del moscardón, una seña de identidad. Varios profesores de periodismo (José Luis Martínez Albertos, Javier Darío Restrepo...) han utilizado esa figura del zumbido y el moscardón en sus libros. La propia conciencia

del periodista es como el zumbido del moscardón, señal de vida y existencia.

No es casual que en el artículo 20 de nuestra Constitución, uno de los que engrandecen y dan valor a la Carta Magna, en su apartado 1. d), establece dos derechos singulares y avanzados: la cláusula de conciencia y el secreto profesional en el ejercicio de las libertades de expresión, de información, de cátedra, de creación literaria, artística, científica y técnica. Para beneficio de los ciudadanos está el apartado 1. a) sobre la libertad de “expresar y difundir pensamientos, ideas y opiniones”; no es tanto, pues, un derecho de los periodistas –que son instrumento y cauce de esa libertad–, cuanto de los ciudadanos.

Sin un alto nivel de crítica interna, una redacción no logrará un buen trabajo

A los periodistas, no obstante, el 1. d) les otorga los citados derechos singulares, complementarios, que también son deberes: el secreto profesional y la cláusula de conciencia. Esta última, la cual incluso mereció una ley orgánica que puso precio a la conciencia, que pasó por el Parlamento sin pena ni gloria y que buena parte de la profesión desconoce, apenas ha sido esgrimida por los periodistas durante estos años de libertad y de vigencia del derecho. Creo que a los tribunales han llegado un par de casos o tres, no muy brillantes. Sospecho que es un indicador de baja calidad. Colocar

la “propia conciencia” en primer plano contribuiría para ganar credibilidad a la profesión y a los medios.

Al recibir el Premio Mariano de Cavia en junio de 2011, Martín Ferrand hizo una alusión de fuste a la libertad de información como derecho del ciudadano, para el ciudadano, para añadir que lo que se requiere y exige al periodista es independencia: “Lo genuinamente periodístico, ya que lo de la libertad va de suyo, es la independencia”. Y esa independencia no es un don divino o natural, hay que cultivarla, ejercitarla, requiere tener criterio, saber pensar para tener conciencia a la que atenerse. “Conciencia” es un concepto complejo para exponer, para describir, pero fácil de entender; conciencia para distinguir lo que está bien de lo que está mal, para asumir que no se puede hacer a otros lo que no quieras para ti, para actuar con decencia, que es otro de esos conceptos de descripción difícil, pero que todos entendemos perfectamente. Conciencia que tiene que ver con la capacidad para entender, para discernir, para ponderar y decidir.

Todo ello tiene mucho que ver con el periodismo, que no es otra cosa que explicar a los ciudadanos lo que les pasa, lo que les interesa, la historia de cada día. Y hacerlo de forma comprensible, entretenida, suficiente, ponderada y completa, de principio a fin, para que el ciudadano pueda formar su propio criterio con el mayor número de elementos, con hechos y datos verificados y con opiniones fundadas y diversas.

El periodista informa, y para hacerlo necesita disponer de criterio propio, pensar; y, en la duda, apelar a su propia conciencia y también a la de terceros cercanos. En el libro de estilo de la BBC, en el que describen con detalle sus criterios editoriales, se recomienda en varias ocasiones que en casos de duda conviene recurrir a la opinión de los colegas, de los jefes, de los asesores jurídicos. Efectivamente, el periodismo es trabajo intelectual, de autor, pero también una obra colectiva que requiere trabajo en equipo, compartir opiniones, escuchar a terceros... Uno de los valores del periodismo es la oportunidad que otorga de aprender permanentemente, de estar al día, de acumular experiencia.

Al señalar algunos de los problemas actuales por el desafío de las nuevas tecnologías, el que fuera director del *New York Times*, Bill Keller, recordaba que los elementos centrales de la profesión, los que la definen, se refieren al periodismo de verificación más que de aseveración; a la transparencia, que supone enseñar cómo hacemos nuestro trabajo; a un agnosticismo respecto a las consecuencias; a rectificar los errores con diligencia y proporcionalidad, y a la profesionalidad y la conciencia propia. Decía Keller: “Finalizo mi pequeña lista de preceptos: no hacemos esto por afición, sino como una carrera. Tanto si lo califican de oficio o de profesión, incluso de ocupación, es algo que nos tomamos en serio y demandamos niveles de preparación y experiencia que esperamos que pasen de una generación a otra”.

El último capítulo del libro *Los elementos del periodismo* se titula “Los periodistas tienen una responsabilidad con su propia conciencia”, 20 páginas que dan que pensar. “Los periodistas tienen una obligación con su conciencia personal”, dicen los autores del libro, Bill Kovach y Tom Rosenstiel. Y añaden: “Todo periodista, desde el que se sienta en la redacción hasta el que lo hace en la sala de juntas, debe tener un sentido personal de la ética y de la responsabilidad, una brújula moral. Debe tener la responsabilidad de expresar en voz alta lo que le dicte su conciencia y permitir a los demás que lo hagan”.

Aludía al principio a la resistencia, incluso a la “insubordinación”, apelando a que Manuel Martín Ferrand os hubiera hablado de ello si estuviera aquí, con esas u otras palabras, aunque con la misma idea. He utilizado en ocasiones la palabra “insurgencia” con el argumento de que, sin un alto nivel de crítica interna, una redacción no alcanza el punto de tensión para lograr un buen trabajo. Una redacción es por naturaleza una “dictadura sin legislación”, un lugar donde se toman muchas decisiones en poco tiempo, en el que cuando el director ordena algo se cumple, aunque luego se discuta, aunque se haya discutido antes. Una redacción de personas que se parecen al director, que piensan como el director, será pobre y poco estimulante, nada creativa y alejada de su potencial de excelencia.

Las redacciones deben ser abiertas y libres para propiciar un ambiente fran-

co que permita disentir, cuestionar, criticar, para llegar más lejos y aspirar a más. Esa es una tarea esencial, crítica, para editores y directores: trabajar para el despliegue de esa conciencia individual, crítica, exigente, a la que apelo. Un modelo que también requiere la contraparte de lealtad, cumplir las reglas del juego. Hacen falta redactores conscientes de la relevancia de su propia conciencia, pero también editores y directores que lo toleren y estimulen, va en su propio interés.

Por equidistancia se ha desarrollado hasta la náusea un periodismo declarativo

Todo esto debería ser más explícito en las redacciones, debería alentarse mediante mecanismos conocidos como los del defensor del lector, las reuniones periódicas de objetivos y procedimientos, la respuesta diligente frente a errores y el derecho de rectificación que reclame algún afectado. Una redacción viva, activa, crítica, con conciencia, que empuje a los directores para llegar más lejos, para asumir riesgos, e incluso a frenarle en algunas ocasiones. Para eso sirve una redacción alerta, entrenada, con “conciencia individual”.

Me gustaría alertar de algunos riesgos que conspiran contra lo que sostengo. Uno de ellos es la equidistancia a la hora de tratar cualquier tema, esa idea de que aportando todos los puntos de vista la in-

formación es correcta, completa. Puede ocurrir todo lo contrario, la información se convierte en un cubo de basura o de irrelevancia. No todas las opiniones son iguales, no es lo mismo la de la víctima que la del victimario, del interesado que del afectado, del que conoce la materia que la del que pasa por allí y habla por hablar. El periodista atrae como fuente a interesados, ventajistas, indocumentados..., y por eso conviene estar alerta para no dejarse manipular. El carácter del periodista supone ponderar, valorar. Por equidistancia se ha desarrollado hasta la náusea un periodismo declarativo que llena los medios (televisiones y diarios) de entrecomillados banales, oportunistas, propagandísticos.

Otra amenaza es el relativismo que induce a que todas las historias son equivalentes, que solo son para un rato, que luego se olvidan, intrascendentes. Que los protagonistas de las informaciones son todos iguales y que de lo que se trata es de hacer un trabajo de aliño, repetitivo, que lleva a desnaturalizar y degenerar la profesión.

Equidistancia y relativismo suponen dar de lado la propia conciencia, no cultivarla, desmentir a García Márquez, que proponía que el periodismo “es el mejor oficio del mundo” y advertía contra la “deshumanización”: “Esas salas de redacción que parecen laboratorios asépticos para navegantes solitarios, donde parece más fácil comunicarse con fenómenos siderales que con el corazón de los lectores. (...) Ni siquiera nos re-

gañan, dice un reportero novato ansioso de comunicación con sus jefes”.

Esta advertencia lleva a preguntarse cómo construir esa conciencia propia y cómo incorporarla a los planes de estudio y a la experiencia profesional. En primer lugar, hablando de ello, en tantas ocasiones como sea posible. Estoy seguro de que Manuel Martín Ferrand estaría de acuerdo. También dando más oportunidades a la educación y aprendizaje de los periodistas. Indro Montanelli, uno de los periodistas más brillantes del siglo pasado, en uno de sus breves artículos semanales titulado “El periodista del futuro”, respondía a un joven que le pedía consejo para convertirse en periodista: “Un periodista es –debería ser– una persona de cultura. Quien no conozca el análisis lógico y no haya profundizado en la historia de Italia –o de su propio país– no hará mucha carrera. Las lenguas son de una gran ayuda para el periodista, en especial, el inglés. Lo mismo vale para las lecturas: un periodista que no lee libros es como un músico que no escucha música. No es una persona de la que uno se pueda fiar. (...) El periodista del futuro será el que guíe al lector en la jungla de informaciones, capaz de seleccionar e interpretar hechos y noticias”.

He leído varios planes de estudio de facultades de Periodismo, incluso he escrito alguno, pero creo que Montanelli resumió en muy pocas frases lo esencial. Mejor hubiera sido implantar los estudios de Periodismo en lo posuniversitario, en vez de crear facultades específi-

cas para jóvenes de 17 años, que luego han derivado hacia un concepto impreciso de “Ciencias de la Información”, en el que se mezclan muchas profesiones que pueden ser contradictorias.

Pero es lo que tenemos y no es fácil cambiar, más aún cuando existen 40 facultades bajo esa denominación con más de 50.000 alumnos. En nuestra profesión, la universidad no ha conectado bien con la industria. Hay un *gap* imposible de rellenar por múltiples razones, que no es momento de comentar. Me parece que lo más práctico es trasladar a los propios medios la tarea de contribuir a formar y desplegar las conciencias individuales, lo cual pasa por dos requerimientos: primero, que los medios asuman la responsabilidad de formar, de incorporar el aprendizaje al trabajo. Y segundo, dotar a los medios de criterios redaccionales y de procedimientos que den oportunidad y valor al despliegue de esa conciencia profesional.

He propuesto en varias ocasiones, sin ningún éxito hasta ahora, que los medios de calidad dispongan de libros de estilo, de principios editoriales o profesionales explícitos, públicos, a disposición de sus seguidores y de sus redactores. Y que los tengan en cuenta. Que asuman el riesgo. Incluso, que esos principios deben formar parte del contrato de trabajo, que lleven la firma de cada nuevo redactor y colaborador estable. De esta forma, se podría empezar a visualizar la constitucional “cláusula de conciencia”. Me parece que se trata de un debate pendiente que sería bueno abrir lo antes posible. ■