

p e r i o d i s m o , r e i n v e n t a r s e o m o r i R

susanA zamorA

Soplan vientos en contra en la economía mundial, esa de la que no escapa nadie, tampoco el periodismo. Son tiempos de austeridad, de ajustes, de recortes. Demasiado peso para una mochila a la que todavía hay que cargarle la propia crisis de identidad de los medios.

El año 1992, aquel en el que España logró una proyección internacional sin precedentes gracias a las Olimpiadas de Barcelona y la Expo de Sevilla, también fue clave para Málaga y su universidad. Nació la Facultad de Ciencias de la Información (hoy de la Comunicación) y con ella se empezaba a abonar un terreno que cuatro años más tarde daría sus frutos con la primera promoción de periodistas.

A las dificultades de un centro que empezaba, hubo que sumarle los retos académicos del momento, entre los que las nuevas tecnologías ocupaban un lugar de excepción. Aunque se atisbaba, nadie pudo o supo adivinar lo que supondría Internet. Sonaba como algo lejano, un recurso que solo unos cuantos privilegiados tenían debido en gran parte a una falta de infraestructuras que permitieran una buena conexión a lo que hoy denominamos la Red.

Han pasado 20 años y en este tiempo, los profesionales de la información han tenido que ir adaptándose a marchas forzadas, y casi sin tiempo para reflexionar sobre ello, a la revolución tecnológica e informativa que ha supuesto este nuevo medio.

Los lectores no esperan ahora cómodamente en sus sillones a que el periodista les lleve la información, porque son ellos mismos los que la generan y la comparten con otros. Las redes sociales se han convertido en un canal donde las noticias fluyen en tiempo real y a la velocidad de la luz, a la misma que el periodista tiene que correr para seguir satisfaciendo las demandas informativas de sus lectores. Ya no vale enterarse de algo y esperar a escribirlo tranquilamente por la tarde para que salga al día siguiente en el periódico. La sociedad demanda inmediatez, su voracidad informativa es insaciable y obliga a estar a la altura. Si no, estás muerto.

La innata curiosidad y la buena escritura ya no son suficientes. Se requiere a alguien más completo y camaleónico, capaz de dar respuesta inmediata, con los recursos que la tecnología pone a su alcance, de lo que acontece a su alrededor. Significa escribir en tiempo real para el medio en el que trabaja y tener la formación necesaria para hacer fotografías y grabar vídeos si el acontecimiento así lo requiere. Hace unos años, esto hubiera sido impensable; hoy no se conciben redacciones sin periodistas multimedia.

Así pues, la narrativa ha cambiado y también las formas, pero lo que no puede perderse son los valores que sustentan un periodismo de calidad y que tan denostados están últimamente: rigor e independencia. No todo vale, ni todo es lo mismo en esta profesión. Lanzar un 'tuit' en una red social, dependiendo de quien lo haga, puede ser información o no. Porque informar es preocuparse por que lo que ha ocurrido se cuenta como realmente ha sido y eso implica tiempo, responsabilidad, honestidad y el buen hacer de un profesional que aprende todos los días, pero que tiene la formación, los conocimientos y los recursos necesarios para hacerlo como le exige la sociedad. De otro modo, nos estaríamos engañando a nosotros mismos y, lo peor de todo, traicionando a aquellos que depositan a diario su confianza en los medios.

Por eso es tan importante que desde el púlpito académico se tenga la máxima consideración por el aspecto formativo de los futuros profesionales. Enseñarles cómo se redacta una noticia o cómo se estructura la escaleta de un programa de radio o televisión se queda corto. Hay que armarles con las herramientas necesarias para que sepan desenvolverse en la marejada de corrientes sociales y tecnológicas del momento y eso incluye también dignificar la profesión. Hacerse respetar, defender la profesionalidad de uno, ser leal a su empresa y no dejarse llevar por presiones externas también debieran estar en los programas docentes, aunque más que un plan académico eso responde más a la educación individual de cada uno, esa que se trae puesta de casa. Pero ese es otro debate.

En este tiempo de crisis, la economía hace aguas, y el periodismo pelea para que su barco no acabe hundiéndose con ella. A la caída de ventas de periódicos, en gran parte motivada por la aparición de Internet y una oferta informativa gratuita en esa plataforma, hay que sumarle la fuerte bajada de ingresos publicitarios debido al delicado momento económico que se atraviesa. Esta situación obliga a los medios a reinventarse cada día, a buscar formas de financiación que les proporcionen la suficiente libertad económica para seguir siendo independientes. Porque solo con independencia se puede mantener la confianza de los usuarios. El periodista tiene que ser imparcial, la veracidad debe ser su buque insignia, pero también debe analizar e interpretar lo que está ocurriendo, saber discernir, separar la paja del grano, para que el lector se haga una idea real de lo que está pasando.

Nunca como ahora hubo tanta información, ni tantos canales y plataformas por los que informarse. Pero en esta sociedad de la información, la sobreexposición informativa no implica estar bien informado. En esa maraña de datos, de emisores diferentes y de mensajes tan dispares, el periodista vuelve a enfundarse en el papel que siempre tuvo, el que sobrevive a las turbulencias históricas, a las irrupciones tecnológicas, a las interferencias y al ruido mediático, el que lo mantiene vivo hoy y le seguirá dando oxígeno siempre que le falten fuerzas: su búsqueda inexcusable de la verdad. Contar no es lo mismo que informar; ser notario de la realidad ya es un título que para los periodistas implica responsabilidad y, sobre todo, una credibilidad ganada día a día, suceso a suceso, noticia a noticia y donde los receptores siempre tendrán la última palabra.

Susana Zamora es redactora en el periódico Diario Sur