

PROPUESTAS PARA MEJORAR LA FORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS EN EL SIGLO XXI

PROPOSALS TO IMPROVE THE TRAINING OF JOURNALISTS IN THE XXI CENTURY

BELÉN CEBRIÁN ECHARRI
BCebrian@elpais.es

Directora de la Escuela
de Periodismo UAM-EL PAÍS

Resumen: Definitivamente, y pese a todas las dificultades coyunturales y estructurales que atraviesa, son buenos tiempos para el periodismo. Las nuevas tecnologías han supuesto la mayor revolución industrial en el periodismo desde que se inventara la imprenta y ha dejado obsoleto el *modus operandi* tanto de las empresas como de los propios periodistas. Hoy, los periódicos con potentes rotativas las enseñan casi como piezas de museo, y difícil es verlas muchas horas en plena actividad. ¿Cómo tiene que formarse un periodista del siglo XXI? En mi opinión, como cualquier otro profesional: atendiendo a la raíz y calidad de la profesión, a la ética, al conocimiento de la técnica y de las reglas del juego, a todo aquello que ha ido cimentando el buen hacer, añadiendo el uso de la nueva tecnología.

Palabras clave: Periodismo; curriculum de los periodistas; medios de comunicación; tecnologías; universidad.

Abstract: Definitely, and despite all the economic and structural difficulties, we enjoy good times for journalism. New technologies have imposed the greatest industrial revolution in journalism since the printing press was invented and has rendered obsolete the *modus operandi* of both companies and journalists themselves. Today, newspapers with powerful rotary printing machines show them almost as museum pieces; moreover it is difficult to see them many hours at work. How should a journalist be educated in the XXIst century? In my opinion, like any other professional: Addressing the root and quality of the profession, ethics, having the knowledge of technique and the rules of the game, everything that has built up the good work, adding the use of the new technology.

Keywords: Journalism; training of journalists; media; technology; University.

Referenciar como: Cebrián Echarrí, B. (2015). Propuestas para mejorar la formación de los periodistas en el siglo XXI. *índex.comunicación*, 5(2), 23-31. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcommunication/index.php/indexcommunication/article/view/168/156>

UNA EMPRESA de telefonía emitió hace unos meses por televisión un anuncio con el que pretendía difundir lo rápida que era en la transmisión de datos¹. Me quedé fascinada, no por tal pretensión ni rapidez, sin duda exagerada, sino porque lo que publicitaba era, en realidad, el periodismo. Un joven rozando la treintena corría por una calle desierta, con un móvil en la mano, perseguido por dos matones. Una voz en *off* expresaba su pensamiento: “para cuando lleguen, yo ya lo habré enviado”. Y otra remataba el anuncio diciendo: “son buenos tiempos para el periodismo”.

Definitivamente, y pese a todas las dificultades coyunturales y estructurales que atraviesa, son buenos tiempos para el periodismo. Con un solo *click* en un aparato más pequeño que la palma de la mano, ese chico perseguido había podido enviar al medio su noticia, incluso mientras corría. Y ese medio podía ser universal y cubrir cuantos soportes se puedan imaginar: el papel, una web, las casi inabarcables redes sociales. Y podía haber enviado simplemente una noticia urgente, toda una crónica con foto, o quizás un vídeo. El *click* le ponía el mundo a su disposición.

Las nuevas tecnologías han supuesto la mayor revolución industrial en el periodismo desde que se inventara la imprenta y ha dejado obsoleto el *modus operandi* tanto de las empresas como de los propios periodistas. Hoy, los periódicos con potentes rotativas las enseñan casi como piezas de museo, y difícil es verlas muchas horas en plena actividad. La difusión de los periódicos españoles en papel ha caído un 17 por ciento desde 2007 hasta mediados de 2013, según datos de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE)², la venta un 30 por ciento y la recaudación publicitaria un 50 por ciento.

En cuanto a las redacciones, cualquiera que haya conocido una de ellas hace apenas dos décadas, se quedaría asombrado del cambio. La imagen tantas veces llevada al cine de una sala llena de humo y algarabía ha dado paso a las denominadas praderas enmoquetadas donde un redactor, si quiere, puede pasar ocho horas sin moverse de su silla. Desde su propio ordenador dejará cuadrada la información –nada de galeradas subiendo desde talleres con olor a tinta fresca–, podrá acceder él mismo a la documentación –nada de voluminosas carpetas almacenadas en polvorientas dependencias– y ni siquiera tendrá que levantarse a comentar algo con un colega, bastará con que le mande un correo electrónico. Pero ese periodista se perderá, precisamente, lo mejor del oficio: estar donde algo ocurre para contarlo.

[01] El anuncio puede consultarse en línea aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=m26NEW9peJs>

[02] La página web de AEDE se encuentra aquí: <http://www.aede.es/publica/home.asp>

¿Cómo tiene que formarse un periodista del siglo XXI? En mi opinión, como cualquier otro profesional: atendiendo a la raíz y calidad de la profesión, a la ética, al conocimiento de la técnica y de las reglas del juego, a todo aquello que ha ido cimentando el buen hacer, añadiendo el uso de la nueva tecnología. Igual que no es concebible que el médico ponga una trompetilla en la tripa de la embarazada para oír el latido del feto, o que el arquitecto dibuje planos con tiralíneas, ningún periodista aporrearía ahora una máquina de escribir mecánica pese al atractivo, al menos para mí, del sonido del carro al desplazarse. La tecnología ha hecho más fácil el diagnóstico para el médico, pero éste debe saber si la frecuencia del latido es la correcta o no. Y permite que el periodista mande al instante la información. El tema no es el soporte, que abre enormes posibilidades, es qué información difunde.

Así que un aspirante a periodista lo que tiene que saber primero es qué es una noticia, qué requisitos tiene que cumplir ese hecho para considerarlo noticioso (actualidad, cercanía, consecuencias en la actividad económica o política del país...), cómo se entera uno de ella, cómo la verifica y cómo la cuenta para que llegue de forma rápida y clara al receptor. Es el primer paso de la profesión. Saber cómo contar en apenas dos frases el asesinato del presidente de un Gobierno o el ataque a las torres gemelas de Nueva York es como atarse bien los cordones de los zapatos para iniciar un largo recorrido de aprendizaje y no caer en el camino.

“Si yo dirigiera una Facultad de Periodismo empezaría por los mínimos principios básicos del periodismo honesto y de gran calidad y por el activismo en los medios, y lo pondría en el centro de todo lo demás” ha escrito Dan Gillmor³, profesor de la Universidad Estatal de Arizona y reputado analista de medios.

Iñaki Gabilondo⁴, uno de los más grandes del periodismo español de la Transición, dice que el buen periodismo contiene cuatro “c”: conocer, comprender, comprobar y contar. Cumplirlas garantiza un periodismo riguroso y eficaz, y también honesto. Y quizás sea esta última condición, junto al uso de la tecnología, la que debe diferenciar la formación de los periodistas del siglo XXI frente a actitudes que han copado la última parte del XX y la primera década de los 2000. Cuando un archiconocido presentador de televisión, con una audiencia diaria que supera el millón de personas y una carrera periodística detrás es capaz de preguntar a su entrevistado si ha pensado en suicidarse, es que algo falla. Y no precisamente la puesta en escena: un plató casi a media luz, envuel-

[03] En línea desde aquí: <http://dangillmor.com/>

[04] Puede seguirse desde aquí: <http://blogs.elpais.com/la-voz-de-inaki/>

to en un inusual silencio, sin los habituales gritos de los colaboradores. De hecho lo que funcionó fue el espectáculo y lo que falló, el periodismo.

Es lo que el periodista y Nobel de Literatura Mario Vargas Llosa denominó en un artículo⁵ publicado ya en 2007 en *El País*, ‘Civilización del espectáculo’, en la que el primer lugar en la tabla de valores lo ocupa el entretenimiento, y que en el campo de la información ha propiciado “la proliferación del periodismo irresponsable, el que se alimenta de la chismografía y el escándalo”. El escritor ya advertía, salvando honrosas excepciones, cómo las fronteras entre el amarillismo y el rigor habían ido perdiendo nitidez siguiendo la estela de una cultura *light* que ha impregnado todos los ámbitos de la cultura, la comunicación y la política. Es cierto que la televisión es el medio en el que la exaltación del morbo o la mezcla entre realidad y ficción se hace más patente, pero probablemente haya sido la prensa escrita, mejor dicho parte de ella, la que más daño haya provocado en esta profesión al esconder bajo cabeceras o firmas de supuesto prestigio nacional informaciones que, más que a la realidad comprobada, responden a intereses espúreos, y todo ello bajo un supuesto “periodismo de investigación”. ¿Es que acaso no debería ser todo el periodismo de investigación? Por no hablar del fenómeno de los confidentiales, sepultureros de una máxima que ningún aspirante a periodista debería olvidar: un rumor no es una noticia. Y una media verdad, tampoco.

Así que una buena formación del periodista del siglo XXI requeriría, a mi entender, una vuelta a los principios inmutables del periodismo de calidad. La nueva tecnología ha hecho tanto ruido, ha metido tanta presión, que mientras se discute de modelos de negocios y apuestas por web o papel se han perdido elementales actitudes de indagación, comprobación y buen uso del lenguaje. Y también de crítica, sobre las propias actitudes, y sobre las ajenas.

En las aulas de la Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS⁶, que funcionan como pequeñas salas de redacción, es muy común oír a algún alumno al que se está editando una pieza argumentar que ha escrito lo que ha escrito porque el protagonista del hecho –pongamos como ejemplo un político– lo ha dicho así. Y así lo pone, sin reflexionar si lo que ha declarado tiene sentido, corresponde a la realidad, es coherente con posturas suyas anteriores o de su propio partido... en definitiva, sin contexto o conocimiento alguno que permita al periodista ser un buen informador, y no un mero transmisor. Lo que yo denominó, un mensajero.

[05] Se puede leer en: http://elpais.com/diario/2007/06/03/opinion/1180821605_850215.html

[06] Página web de la escuela: <http://escuela.elpais.com/>

Así que volvamos a las cuatro 'c'. La de conocer, ya lo he apuntado antes, es de difícil cumplimiento si el periodista no abandona la redacción. La cultura audiovisual que hoy impera parece transmitir a los jóvenes la idea de que todo viene a través de la pantalla, bien del teléfono, bien del ordenador. Y sólo una guerra les hace soñar con un reporterismo más de película que de realidad. En cambio, salir a cubrir un incendio, una protesta vecinal, o simplemente, tomar un café con posibles fuentes sin que éstas otorguen al instante alguna información les parece una pérdida de tiempo en lugar de una inversión.

La segunda 'c', la de comprender, parece casi una perogrullada. ¿Cómo puede transmitir un periodista con rigor algo que no entiende? Las redacciones se dividen en dos tipos de periodistas: los especializados y los "toderos", estos últimos capaces de defenderse en diferentes ámbitos. Y aún hoy se da la discusión de cuál de los dos tipos es el mejor. Todo parece indicar que una mezcla de ambos es lo conveniente y que la especialización, al final, es inevitable. Los medios de comunicación, en cualquier soporte, realizan productos que tienen cuerpo y alma. La de los buenos tendrán un alma independiente de los poderes, bien entendido que independiente no es neutral, y un cuerpo bien definido a través de la valoración de las noticias, el diseño, el uso del lenguaje. Es decir, para su elaboración se requerirán periodistas con visión global y aquellos más especializados en áreas específicas. Todos, sin embargo, tendrán que tener afinado el sentido de la interrogación. Cuando se produce un hecho noticioso surgen múltiples interrogantes que sólo se despejarán si se pregunta, una práctica que, desgraciadamente, parece poco atendida en la formación de los periodistas.

De manera que, para comprender, hay que preguntar y desarrollar una técnica que permita llegar al fondo de la cuestión, sin arrollar ni dejarse arrastrar, con respeto. Juan Cruz⁷, periodista especializado en entrevistas, destacaba hace poco en su blog en *El País* cómo hasta el lenguaje corporal de un periodista al preguntar podía condicionar la respuesta del entrevistado. Pero nada peor que preguntas abiertas, sin definición, que sólo dejan ver la falta de conocimiento del entrevistador. Otra 'c' imprescindible para comprender.

La de comprobar quizás sea la 'c' más importante. Porque es la que da credibilidad al medio y al periodista. Pero es también la más difícil de enseñar porque es la menos técnica en el estricto sentido de la palabra, y tampoco tiene réditos inmediatos. Comprobar significa acceder a fuentes, y tenerlas supone haber recorrido un camino que demuestre seriedad, fiabilidad y honestidad con las reglas del juego. Poco compatible todo ello con la cultura del espectáculo y el cortoplacismo reinante.

[07] Aquí: http://blogs.elpais.com/juan_cruz/2014/09/el-oficio-7-la-nariz-en-las-entrevistas.html

Y, por último, contar. Llegados a este punto, queda lo más fácil si hasta entonces se ha andado bien, porque lo que hay que saber es que hay que transmitir de forma clara y precisa, lo que quiere decir breve.

Formar para esta profesión requiere, pues, del manejo de muchos mimbres para realizar el cesto. El periodismo es una actividad multidisciplinar, mitad profesión por su indudable ámbito intelectual, mitad oficio por lo que tiene del uso de herramientas. Miguel Ángel Bastenier, destacado periodista en los medios tradicionales y ahora prestigioso tuitero, decía el pasado agosto en sólo 140 caracteres que la mejor forma de aprender periodismo es sentarse al lado de un veterano profesional y mirar lo que ocurre en tres metros a su alrededor. Nada como una redacción, del medio que sea, para aprender el oficio. Pero a éste no se puede llegar como a un taller artesano. Por eso una estupenda vía para la formación de periodistas es la que combina el ámbito académico de la universidad con el profesional. Y ello sólo es posible con la colaboración de ambas instituciones. La primera debe otorgar al aprendiz el conocimiento suficiente de ética, derecho, historia, sociología, idioma y lengua que le permita estar entre los creadores de opinión pública, y la empresa debe aportar la maestría “industrial”.

Fue Joseph Pulitzer, quien luego dio nombre a los famosos premios, quien tuvo el mérito de otorgar al periodismo la necesidad de cualificación académica al integrar la Escuela de Periodismo en la Universidad de Columbia⁸. Su misión, según dijo su fundador ya en 1904, sería “hacer mejores periodistas, que harían mejores periódicos para mejorar el bien común”.

En un ámbito de dictadura como el que vivió España con el franquismo, difícilmente podía darse semejante condición. El bien común no era otro que el de servir al propio régimen y periodismo se enseñaba en una Escuela Oficial tan vigilada que hasta su ubicación mandaba un mensaje, ya que estaba en las dependencias del entonces Ministerio de Información. Fue en 1976 cuando salió la primera promoción de licenciados en Ciencias de la Información, unos estudios que pretendían dar a la profesión, entonces considerada sólo oficio, rango académico y social, y que desgraciadamente sacrificaron, y así ha sido desde entonces, la práctica a la teoría. Por ello el plan de estudios europeos, conocido popularmente como Plan Bolonia, puede ser una estupenda oportunidad para combinar un grado en cualquier carrera universitaria con un máster específico en periodismo que dé las claves de la profesión. Y si éste se combina con prácticas en medios de comunicación, la formación sería completa y adecuada a lo que hoy demanda la sociedad.

[08] La web se puede visitar desde aquí: <http://www.journalism.columbia.edu/>

El periodismo es, según un informe del Centro de Investigaciones Sociológicas⁹ de marzo de 2013, una de las actividades profesionales peor valoradas en España. Sobre un total de 10, apenas obtiene un 5,1%, lo que debe ser una llamada de atención tanto para el ámbito académico como para el empresarial sobre la necesidad de reforzar la formación que hasta ahora se otorga en España. Se hace llamar periodista quien se dedica simplemente a sujetar un micrófono en la puerta de un personaje pseudo famoso, quien grita en una tertulia popular revestida de supuesta intelectualidad e, incluso, a quien ha cursado el grado o licenciatura en Ciencias de la Información, como si eso fuera patente de corso para entender lo que es el periodismo de calidad y el rol que quien lo ejerce tiene en la sociedad.

En un artículo sobre cómo debe ser la formación de los periodistas en el siglo XXI, Jeff Jarvis, profesor de la Universidad de Periodismo de Nueva York y destacado bloguero¹⁰, dividió la formación en tres etapas: conocimiento de la herramienta; prácticas, y conocimiento de qué papel debe ejercer un periodista en la sociedad.

La tecnología ha impactado de tal modo en la industria que parece haber copado el debate sobre la formación. Es indudable que escuelas y facultades deben enseñar el uso de las nuevas herramientas, algo que está muy lejos de suceder en España, pero la reforma de la formación debe ir más allá y convertirse, además, en transversal. No podrá llegar a buen fin si no involucra al conjunto de la Universidad, y no sólo a las facultades dedicadas al periodismo, o a la propia industria que debe alcanzar un acuerdo con el mundo académico, no sólo para facilitar el ejercicio de prácticas, sino para poner en marcha viveiros de *startups*.

Internet está detrás de la quiebra de muchas empresas tradicionales de comunicación, pero también alumbró el nacimiento de otras muchas con nuevas fórmulas, aún incipientes, de financiación. Incluso en un país tan castigado por la crisis como España, donde casi 4.500 periodistas perdieron su empleo el año pasado, la Asociación de la Prensa de Madrid¹¹ pudo detectar la creación de casi 300 nuevos medios de comunicación, cifra que incluso cree puede ser superior en un 30 por ciento. Blogs, plataformas de financiación comunitaria (*crowdfunding*), redes sociales. El *click* facilita las iniciativas –y por eso son buenos tiempos para el periodismo– pero sólo perdurarán si cuentan,

[09] Se puede consultar en línea desde aquí: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2980_2999/2981/Es2981.pdf

[10] En <http://buzzmachine.com/>

[11] En <http://www.apmadrid.es/>

como decía Scalfari, fundador y director del diario italiano *La Repubblica*, “si cuentan a la gente cosas que le pasan a la gente”. Y son ciertas.

Bill Grueskin¹², decano para Asuntos Económicos de la Facultad de Periodismo de Columbia, recuerda en un artículo recogido por *Cuadernos de Periodistas*,¹³ que edita la APM, que en su universidad hay una estupenda oficina de orientación profesional que ofrece todo tipo de perfiles de periodistas. Por ella pasan al año más de cien empleadores que lo que piden, mayoritariamente, son alumnos que entiendan el valor del reportero, el criterio periodístico y la escritura. A menudo piden también que se manejen con una o dos herramientas digitales, pero esa cualidad se considera un plus. “Sin fundamentos sólidos de periodismo no se contrata”.

Esa solidez, una vez más, se consigue combinando aula y redacción, con un seguimiento muy personalizado del alumno y un compromiso por ambas partes en la excelencia y la calidad. Hace escasamente unas semanas, un licenciado en Periodismo por una conocida universidad privada de Madrid pasó unas pruebas para intentar hacer el máster de la Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS y entre otras muchas preguntas no sabía qué votaba Escocia el 18 de septiembre de 2014¹⁴. Salvo estar metido en una cueva ejerciendo de ermitaño, es difícil no enterarse de algo así. Pero lo más sorprendente no es ya que el muchacho no lo supiera, es que hubiera podido alcanzar la licenciatura en Periodismo.

Dentro de la reorganización de la formación de periodistas, y en lo que a España se refiere, no vendría mal que la ANECA, la agencia que califica la calidad de las universidades, revisara sus criterios, o sus inspecciones, y no permitiera que nadie pudiera alcanzar un grado universitario sin suficientes conocimientos. O con faltas de ortografía, faltas de concordancia... Un aumento en la calidad de las instituciones que enseñan Periodismo acercaría la misión de éstas a la que proclamaba Pulitzer: mejores periodistas para mejorar el bien común; contribuiría a la mejor reputación de una profesión imprescindible para la democracia, y procuraría un futuro mejor a unos estudiantes que quizás atrapados en un falso *glamour*, o porque es una carrera considerada fácil y barata, abarrotan unas aulas universitarias de las que saldrán sin oficio y con pocas esperanzas.

En España hay actualmente más de 19.000 estudiantes de Periodismo en 41 universidades, según datos publicados por la Asociación de la Prensa de Madrid. Durante los cuatro o cinco años que dura su licenciatura, y según testimonios

[12] En <http://www.journalism.columbia.edu/profile/40-bill-grueskin/10>

[13] En <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/>

[14] La autora se refiere al referendun escocés por la independencia de Inglaterra.

aportados por algunos de ellos, no han llegado a escribir ni una sola entrevista, apenas dos crónicas y en muchas facultades no se ha visto ni un *tuit* profesional. Su futuro, el de nuestra profesión y el de nuestro bien común, bien merece una reflexión sobre cómo abordar la formación en el siglo XXI. No se me ocurre mejor resumen que dos palabras: profesionalidad y rigor. Y que dos ámbitos, la universidad y la empresa caminando juntas hacia el mismo fin: formar periodistas de calidad.