

No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del *periodismo ciudadano* desde la perspectiva del reportaje interpretativo

Carlos MACIÁ BARBER

carlos.macia@uc3m.es

Universidad Carlos III de Madrid

Recibido: 11 de marzo de 2007

Aceptado: 16 de mayo de 2007

RESUMEN

El *periodismo ciudadano* se conforma en la actualidad como una reivindicación del acceso de la ciudadanía a los medios de comunicación. Esta reformulación de la participación activa de los públicos en el proceso informativo afecta de modo directo a diferentes campos de la actividad periodística: la naturaleza del periodismo, la capacitación profesional del reportero, la labor con las fuentes de información, la estructura y organización de la empresa informativa, la preceptiva de los géneros periodísticos y la deontología periodística. Su advenimiento, y quizás su consolidación, avivan la necesidad de dilucidar, en cada caso, los beneficios y perjuicios que su irrupción provoca en el quehacer profesional y en la propia sociedad. En la práctica, hoy por hoy, el reportaje interpretativo es un género periodístico difícilmente abordable para el común de los ciudadanos.

Palabras clave: periodismo, ciudadanía, géneros periodísticos, reportaje interpretativo, ética periodística

Not We All Are Already Journalists. An Analysis of the Utopia of the Citizen Journalism from the Perspective of Interpretative Reporting

ABSTRACT

The *citizen journalism* it conforms at present as a recovery of the access of the citizenship to the mass media. This reformulation of the active participation of the public ones in the informative process concerns in a direct way different fields of the journalistic activity: the nature of the journalism, the professional training of the reporter, the labour with the sources, the structure and organization of the mass media, the preceptive of the journalistic genres and the journalistic ethics. His advent, and perhaps his consolidation, intensifies the need to explain, in every case, the benefits and prejudices that his irruption provokes in the professional job and in the own society. Now, in the practice, the interpretive report is a journalistic genre difficultly attainable for the common one of the citizens.

Keywords: journalism, citizenship, journalistic genres, interpretative reporting, journalistic ethics

SUMARIO: 1. Periodismo ciudadano o participativo. 2. El empleo profesional de los géneros periodísticos. 3. Ciudadanía, ética periodística y reportajes interpretativos. 4. El *periodismo ciudadano* español ante el reportaje interpretativo: experiencias. 5. Conclusión. Bondades y amenazas del reporterismo ciudadano. 6. Referencias bibliográficas.

1. Periodismo ciudadano o participativo

El periodismo morirá “cuando ya no haya adelantos que propagar, injusticias que denunciar, débiles a quien amparar, fuertes a quienes contener, entuertos que enderezar, aspiraciones que defender, teorías que discutir, verdades que investigar, leyes que combatir y hombres que mejorar”. Este fue el vaticinio que un siglo atrás formuló Rafael MAINAR (2005: 226), aventajado maestro¹, para quien ese ideal constituía la esencia del reporterismo, la misión y responsabilidad de todo periodista.

Tan noble empresa, nadie lo cuestionará, mantiene pleno vigor. Precisamente porque a ella se consagran, después de cien años, además de periodistas, legiones de anónimos ciudadanos de las más variadas culturas, ideologías, creencias, lenguas y geografías. Como se verá, ciertos analistas, profesionales e investigadores defienden que la exclusividad de hallarse en el lugar de los hechos, de observar lo que acontece y de narrarlo al público ya ha desaparecido. Hoy, el relato informativo ya no sería una prerrogativa de los profesionales de la información, sino un ejercicio plausible abierto a la ciudadanía.

En julio de 2004, Dan GILLMOR² publicó un ensayo apologético titulado *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*, que recogía el enunciado de un desafío: la instauración de un periodismo de base por y para el pueblo (2006: XV). El periodista estadounidense asegura que asistimos a la metamorfosis profunda de las estructuras de los medios de comunicación, en progresiva descentralización y democratización³. Tres décadas atrás ya se apuntó que el progreso tecnológico ofrecería la posibilidad de unas estructuras locales poco onerosas, flexibles y

¹. Rafael MAINAR, redactor del *Diario del Comercio*, *Las Noticias* y *El Progreso*, dirigió el *Diario Mercantil* y *La Tribuna*, y fundó y fue vicepresidente de la Asociación de la Prensa Diaria de Barcelona. Poseyó una dilatada visión de los entresijos de la incipiente profesionalización del periodismo español que, deseaba para el bien de la sociedad, debía arrumbar los desvaríos de los preponderantes periódicos de partido, de clase y de opinión. La edición original de su pionero ensayo *El arte del periodista* se publicó en la Ciudad Condal, en 1906, de la mano de Sucesores de Manuel Soler, con prólogo de José ROIG y BERGADÀ, abogado y político, diputado (1898–1907), alcalde de Barcelona (1910) y ministro de Gracia y Justicia (1918).

². Después de consagrar siete años de su vida a la música profesional GILLMOR (<http://www.dangillmor.com>) estudió Periodismo en la Universidad de Michigan (1986–1987). Con posterioridad, trabajó en diversos periódicos locales de Vermont y en *The Kansas City Times*. Tras seis años en *Detroit Free Press* se incorporó en 1994 a la redacción de *San Jose Mercury News*, enclavada en pleno Silicon Valley, donde trabajó hasta 2005, año en que creó Grassroots Media Inc. y encabezó el Center for Citizen Media (<http://www.citmedia.org>), un proyecto conjunto con el Berkman Center for Internet & Society de la Universidad de Harvard y con la Escuela de Periodismo de la Universidad de California–Berkeley.

³. “Grassroots journalism is part of the wider phenomenon of citizen-generated media—of a global conversation that is growing in strength, complexity, and power. When people can express themselves, they will. When they can do so with powerful yet inexpensive tools, they take to the new-media realm quickly. When they can reach potentially global audience, they literally can change the world”.

descentralizadas que facilitarían el acceso y la participación del público en la comunicación (MACBRIDE, 1980: 262). La transformación, que arranca gracias al impulso de la revolución tecnológica, posibilita que cualquier persona, con independencia de su formación u ocupación, se convierta en periodista, por un bajo coste y, en teoría, a una escala global.

La ordenación y urbanización del territorio, la alfabetización, la correlación de fuerzas entre clases sociales, la legislación sobre prensa y la política general son, entre otras, significativas causas que provocaron -e impulsan hoy- mutaciones en la estructura interna y externa del mensaje periodístico. La evolución del relato en la historia del periodismo moderno es resultado de la confluencia de estos factores, elementos, acontecimientos y procesos. Pero, al mismo tiempo, los fenómenos sociales reciben el influjo de la actividad periodística. Como mostrara Josep Maria Casasús, existen influencias mutuas, recíprocas, interdependientes, entre el texto y su entorno, entre el relato y su recepción, entre el periodismo y la sociedad (CASASÚS y NÚÑEZ LADEVÉZE, 1991: 13?35).

Durante el siglo XX, argumenta GILLMOR, la elaboración de la noticia era terreno acotado del periodista profesional, asolado por enjambres de publicitarios y de relaciones públicas que anhelaban manipular a todo el mundo. La función de los medios y el objetivo de sus reporteros deben ser, por el contrario, como postulara Gabriel GARCÍA MÁRQUEZ cuando en 1995 promovió su Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, la averiguación de la verdad en el caos de mentiras y fantasías en el que la humanidad vive.

La empresa periodística creó enormes y altivas instituciones (*Big Media*) que en todo acontecimiento ofrecían lo noticioso como mera conferencia: le referían al ciudadano qué era noticia. Y el público la compraba o rehusaba. Una concepción radicalmente mercantilista que bien podría ilustrarse con la actitud que se atribuyó a William P. HAMILTON, de *The Wall Street Journal*, quien afirmó que “un periódico es una empresa privada que no le debe nada al público, el cual no le concede ninguna franquicia. Por consiguiente, no tiene nada que ver con el interés público. Es, categóricamente, propiedad de su dueño, quien vende un producto manufacturado a su propio riesgo” (ABEL, 1985: 59).

La insatisfacción ante el producto periodístico suscitaba una reclamación, ordinariamente resuelta con una carta al director o una llamada telefónica, que podían o no publicarse o emitirse. En los medios audiovisuales, sentencia GILLMOR, las quejas se ignoraban salvo que la demanda acabase en los juzgados⁴. En última instancia, el

⁴. No faltan experiencias en España que han ensayado modelos audiovisuales que pretenden cumplir el cometido que las cartas al director persiguen en la prensa: la participación directa, mediante la instalación de *videomatones*, en diferentes puntos de una ciudad, en los que los espectadores grababan sus opiniones, peticiones, quejas o denuncias con relación a los contenidos o funcionamiento de la cadena de televisión. El sistema funcionó originariamente en la local pública Barcelona Televisió (BTV) (1997) y la autonómica madrileña Telemadrid.

descontento podía conducir a la cancelación de una suscripción o a la desconexión del aparato de televisión o radio. La complacencia y la arrogancia se adueñaron de las empresas informativas, concluye. Lacras que auspician la desconfianza de la población hacia los medios y la pérdida de credibilidad de los periodistas⁵.

Al igual que la propiedad, el periodista se muestra reacio, no ya a la crítica abierta, interna o externa, sino incluso incómodo, escéptico o atemorizado con la participación del público en la elaboración del producto informativo (BOWMAN y WILLIS, 2003: 50-53). Sin embargo, en este sentido, el reconocimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos es nítido y concluyente⁶. Cuantas iniciativas abren la puerta a la directa participación ciudadana serían, pues, una palpable muestra de un cambio de tendencia en el mundo periodístico y en la vertebración de la sociedad. Entre las más recientes, sobresalen por la entidad, el prestigio y el ámbito de actuación de la empresa periodística las de Associated Press⁷ y Reuters⁸.

El futuro del reporterismo residiría, por consiguiente, en la creación de una conversación, en la que los roles de productores y consumidores mudan. Una fórmula del periodismo con entidad (GARRISON, 2003) sobre la que apenas aventuramos a vislumbrar lo que aportará. Estas transformaciones afectan al periodista, que aprenderá que es un sillar en la construcción de la noticia y que los lectores, oyentes y telespectadores empiezan a ser bloques significativos del proceso informativo:

“I take it for granted, for example, that my readers know more than I do -and this is

⁵. En España, la imagen del periodismo es negativa. El barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de agosto de 2006 indicaba que la periodística era una de las profesiones peor valoradas (6,10 sobre 10), sólo por delante de la militar (5,89). La juventud española tampoco confiesa aprecio por la Prensa: apenas el 46% confiaba mucho o bastante en ella (*Estudio Jóvenes Españoles 2005*, de la Fundación Santa María, basado en una encuesta a 4.000 jóvenes de entre 15 y 24 años). En febrero de 2007, el octavo barómetro de confianza de la consultora de comunicación Edelman, indicaba que la confianza ciudadana en los medios aumentó del 35 a un 49% en el último año. No solo la población desconfía. Entre los propios profesionales existe desazón por la precaria credibilidad del periodismo. La televisión merece un suspenso (29,1%) o un aprobado (53,4%) para los periodistas catalanes (6,6% y 35,7% (radio); 6,0% y 37,2% (prensa) y 17,2% y 46% (prensa digital) (Colegio de Periodistas de Cataluña, 2006: 68-73).

⁶. Adoptada por la ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948, el artículo 19 establece: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

⁷. En febrero de 2007, Associated Press (4.000 empleados repartidos en 240 oficinas en 97 países) llegó a un acuerdo con el portal *NowPublic.com*, versión canadiense del coreano *OhMyNews.com*, para abastecerse de algunas de las crónicas e imágenes que envían los colaboradores del portal. Las añadirá, remunerándolas, junto a textos de sus reporteros, a los contenidos que ofrece a sus abonados. Además, buscarán la forma de involucrar a los improvisados *periodistas* en la cobertura de acontecimientos que cubren los reporteros de la agencia. Este material no sustituirá al periodismo que elaboran los profesionales sino que servirá para disponer de noticias de ámbito regional de aquellos lugares que no cubre la agencia. *NowPublic.com*, con base en Vancouver, es una web participativa de noticias en la que los lectores dan las exclusivas. Aseguran contar con más de 60.000 miembros de 140 países. Su trabajo ha sido reconocido en el último año: *The Guardian* la ha clasificado entre las cinco páginas de noticias más útiles.

⁸. Reuters, en diciembre de 2006, llegó a un acuerdo con *Yahoo News*, el mayor portal de noticias de Estados Unidos, para lanzar *You Witness* (Usted atestigua), su apuesta por el *periodismo ciudadano*. De entre el material audiovisual remitido por la población se difunden las mejores fotografías y videos, junto a las de reporteros profesionales. Los ciudadanos reciben un pago como colaboración (*free lance*).

a liberating, not threatening, fact of journalistic life. Every reporter on every beat should embrace this. We will use the tools of grassroots journalism or be consigned to history. Our core values, including accuracy and fairness, will remain important, and we'll still be gatekeepers in some ways, but our ability to shape larger conversations - and to provide context- will be at least as important as our ability to gather facts and report them". (GILLMOR, 2006: XXV)

La revolución del *periodismo de base* afectará a los productores informativos. Cuando cualquiera pueda convertirse en reportero, no faltará gente con talento que lo intente y que pueda recabar información que los profesionales no consiguen. La ciudadanía formula en ocasiones la crítica más áspera y eficaz, pero, al tiempo, se convierte en la aliada más ferviente y valiosa, gracias al intercambio de ideas entre ciudadanos y periodistas.

De modo análogo, influirá en las pretéritas audiencias. El ciudadano no será un simple consumidor de noticias; aprenderá a cultivar el proceso de elaboración del mensaje periodístico, ayudando a crear una conversación masiva y, en algunos casos, elaborando un producto mejor que el de los reporteros. Algunos periodistas de base se convertirán en profesionales⁹. Al final, tendremos más voces y un mayor número de opciones. Hasta aquí el pronóstico y la puesta de Gillmor.

Desde antaño el ciudadano parece disconforme con permanecer relegado a mero receptor pasivo para satisfacer su derecho a la información¹⁰. Con toda razón. No olvidemos que, además de a recibir, la normativa española reconoce las capacidades de difundir y, lo que sustancial, de investigar (art. 20 de la Constitución Española). Precisamente el *periodismo ciudadano* pretende recobrar esa delegación tácita, cuando menos en parte, que recae en los periodistas. Porque de algún modo empresarios y profesionales están obligados a fomentar la participación del público, lo que debería considerarse un ejercicio de autorregulación añadido. Es más, su participación constituye un deber, porque la audiencia es corresponsable en la mejora de la comunicación, lo que implica la existencia de una ética del público (AZNAR, 2005: 218-219).

El *periodismo ciudadano* implica más que el dar a los lectores lo que demandan o el tenerlos en la mente, lemas que causaron furor en la profesión desde los años setenta del pasado siglo. ¿Pero de qué modo y manera se articularía esta participación efectiva? De entrada, el primer dilema es la inexistencia de una definición unívoca de

⁹. En mayo de 2006, la Corte Estatal de Apelaciones de San José (California) sentenció que los *bloggers* no tienen la obligación de revelar sus fuentes y podían acogerse a la legislación que protege al periodista profesional, la Primera Enmienda y la California's Shield Law.

¹⁰. Las reivindicaciones inciden en el derecho al acceso y participación en los medios, en especial los de titularidad pública; de ahí que las asociaciones de usuarios demanden representación ciudadana en los órganos de control y vigilancia a través de los grupos o instituciones en los que se integran. Véanse, por ejemplo, los epígrafes 9 y 10 del "Decálogo de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación", elaborado por la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU).

lo que constituya el denominado *periodismo ciudadano* o *participativo*, caso de que realmente tenga entidad. Una notable confusión conceptual asola las esferas empresariales, impera en las salas de redacción y enturbia los análisis de los investigadores. Para Shayne BOWMAN y Chris WILLIS (2003: 7-13), el término *periodismo participativo* define el acto de un ciudadano (o grupo de ciudadanos), con un papel activo en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información. El *periodismo ciudadano* sería aquel que posibilita la intervención activa de los actores sociales que actúan en todo el proceso de la información de interés público. Por tanto, su esencia radicaría en la formación de opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y la promoción de la participación ciudadana (MESO, 2005: 9; SCHAFFER, 2007). Otros, como Juan Varela, se decantan por el término *Periodismo 3.0*¹¹.

Steve OUTING, columnista sobre medios en *Editor & Publisher* y *senior editor* del Poynter Institute entre 2001 y 2006, trata de delimitar en un sugerente artículo (2005) los once estratos, en importancia creciente, en los que puede organizarse la aportación periodística de la ciudadanía:

1. Comentarios del destinatario con relación al mensaje (impresiones, apreciaciones, correcciones, información novedosa). El nivel más simple de conversación, hacia al que todavía existe renuencia en el ámbito periodístico, precisa del control de la identidad del autor para evitar la maledicencia, la falsedad o la manipulación. Un clásico, las cartas de los lectores.

2. La adición de contribuciones ciudadanas que complementen un relato elaborado por el periodista. Buena parte de las historias pueden beneficiarse de estas aportaciones. Por ejemplo, los vecinos agregan información a los casos narrados por el periodista buscando indicios, aportando pistas, facilitando fotografías.

3. El *periodismo participante* supone la cooperación entre el periodista y los lectores, especialistas en un tema. El reportero anuncia el tema que investiga y solicita reflexiones, consejos o interpelaciones. Por ejemplo, una entrevista a un político que incluiría preguntas de la audiencia incorporadas a las del reportero. Puede incluso difundirse en línea un esquema del texto para pulirlo. La colaboración podría firmarse conjuntamente y remunerarse. Obviamente el reportero supervisará con minuciosidad la faena del colaborador. En la misma línea, sitúa la creación de bases de datos con referencias de posibles fuentes ciudadanas que accederían a ser entrevistadas para un tema.

¹¹. Según este periodista y consultor de medios, que mantiene el blog de referencia *Periodistas 21* (<http://www.periodistas21.blogspot.com>) el 1.0 supuso traspasar el contenido analógico al ciberespacio, 2.0 supuso la creación de contenido en la propia Red y 3.0 aspira a socializarlo. Existen portales especializados en el *periodismo ciudadano* (<http://www.periodismociudadano.com>), <http://www.buzzmachine.com>, <http://www.hypergene.net/blog/weblog.php>), una especialidad que ya cuenta con sus propios galardones, patrocinados por Nokia, para premiar piezas difundidas en los medios (<http://www.citizenjournalismawards.com>)

4. El blog ciudadano, incardinado en una sección o a título personal. Cabe abrir la colaboración para que los lectores lean lo publicado o difundan noticias relacionadas con los contenidos. Un segundo peldaño sería su incorporación al medio. Ofrece el inconveniente de su permanente actualización. Por ejemplo, una sección de información local o de medio ambiente.

5. Un blog ciudadano de mayor calado se orientaría a compartir el funcionamiento interno de la redacción con la audiencia, invitándola a quejarse, criticar o alabar el quehacer del medio. O un espacio confeccionado por un redactor jefe que explique cómo se actúa y se toman decisiones internas. La labor pública de los defensores del lector, del oyente y del telespectador persigue esta misión (MACIÁ, 2006).

6. Portal independiente confeccionado por completo por el reportero-ciudadano o con noticias elaboradas por la comunidad. La mayoría son de información local o aportaciones audiovisuales (SCHAFFER, 2007). Los redactores supervisan y corrigen el material para preservar cierta calidad, evitar difamaciones y proteger la línea editorial. Aportan contenidos eclipsados en la agenda de los medios.

7. Portal independiente del reportero-ciudadano sin edición profesional. Igual que el anterior con ciertas salvaguardias para evitar excesos. El inconveniente es que requeriría un control permanente.

8. Portal idéntico a los dos anteriores pero con posibilidad de impresión e inserción, completa o parcial, en el diario. Admitiría, lógicamente, ciertas correcciones del editor. Podría aportar publicidad barata para costear la impresión.

9. Combinación de *periodismo ciudadano* con el profesional. El paradigma sería *OhmyNews.com*, con un 30% de redactores. Se remuneran modestamente algunos artículos. La agenda informativa la fija la comunidad. Quizá sea el futuro para medios de información locales (MIN, 2005: 16-18).

10. Mezcla de periodismo elaborado por reporteros y ciudadanos aunque con identificación de la autoría para indicar el respectivo grado de credibilidad. Constituiría el nivel conversacional que propugna Dan Gillmor.

11. En el *periodismo wiki* (*wikinews*, *wikipedia*), cualquier persona escribe un relato y cualquiera puede modificarlo. La empresa periodística es improbable que alcance este nivel porque puede explotarse de manera abusiva y errónea.

2. El empleo profesional de los géneros periodísticos

La evolución de la concepción y la aplicación de los géneros periodísticos, generan en el periodista, pero también en los públicos, cierta inseguridad, tanto por el modo en que se cultivan como en el que se descifran. ¿Se emplea de manera apropiada determinado género? ¿Se utiliza el pertinente al tema? ¿Se respetan, en definitiva, las pautas y normas profesionales vigentes? La incertidumbre comporta, en ambos casos, un compromiso de evaluación profesional, de adaptación receptiva y de renovación de las estructuras mentales.

Los géneros periodísticos perviven. Y es conveniente que sigan subsistiendo. Porque para el reportero, para el estudiante de Periodismo y para la ciudadanía aportan significativos beneficios.

Un notable provecho es el asentamiento de un marco profesional teórico y práctico que facilita sobremanera el quehacer colectivo. El producto periodístico es siempre fruto de una labor de equipo en la que interviene un amplio número de profesionales y al que, además, debe conferirse un determinado estilo para que encaje en el particular diseño de cada medio. Precisamente, el carácter conversacional del *periodismo ciudadano*, la construcción colectiva del mensaje periodístico, exigiría mayor coordinación si cabe.

Por consiguiente, se comprende entonces que, como explicara Lorenzo GOMIS (1989: 98?99), cuanto más se respeten las convenciones propias de un género -nacidas de una peculiar relación entre el contenido y la forma- más homogéneo resultará el trabajo de redacción y más confianza adquirirá el lector en el mensaje que recibe. El respeto de los géneros posibilita un ejercicio ético profesional, de modo que se procura al público lo que éste espera o persigue. La histórica emisión radiofónica realizada por Orson Welles de *La guerra de los mundos*, de Herbert George Wells, sembró el pánico en los EE.UU. la noche del 30 de octubre de 1938 cuando parte de la población, aterrorizada, creyó que la invasión de la Tierra por alienígenas procedentes de Marte era un suceso real. La emisión causó el rechazo de los públicos porque violaba su derecho a utilizar los géneros periodísticos como una herramienta fundamental para su acceso a la información verdadera.

GOMIS defendía la utilidad pedagógica de los géneros para la enseñanza de la profesión. Los géneros representan la sedimentación de la experiencia del quehacer colectivo periodístico; el dominio técnico que distingue al profesional del periodismo de quien no lo es; la posibilidad de facilitar a los públicos, con relativa rapidez y seguridad, el mensaje del modo más adecuado. En efecto, son modelos y esquemas de referencia. El estudio de los modelos del pasado es el mejor instrumento para progresar en la experimentación renovadora del discurso periodístico. En consecuencia no se trata, sin más, de que se calquen, porque, como subrayara Ortega y Gasset, al imitar eludimos aquel esfuerzo creador, de lucha con el problema, que puede ayudarnos a comprender el verdadero sentido, los límites y los defectos de la solución que imitamos. Comprendiendo su verdadero propósito podremos introducir las mejoras pertinentes. Los géneros pueden y deben, por consiguiente, enseñarse y aprenderse. Si bien no es deseable, en ningún caso, como antaño se sostuvo, el convertir la preceptiva de los géneros en una referencia incontrovertible del ejercicio profesional.

Esta tarea pedagógica, a la que están obligados los periodistas, posibilitaría la existencia verdadera y útil de un reporterismo ciudadano con cierta consistencia y la aparición del reportero-ciudadano. Existen cuatro vías básicas para facilitar este aprendizaje: a) la formación educativa en la escuela primaria y secundaria centrada en

el mundo del periodismo, los medios de comunicación y el reporterismo; b) los libros de estilo, un compromiso público con la ciudadanía, que permiten analizar y valorar la consagración del profesional al honesto esfuerzo diario para elaborar un producto de calidad; c) la explicación por profesionales del quehacer periodístico y la autocrítica a través de editoriales, columnas, artículos, ensayos, programas o debates¹²; y d) la difusión pública de las investigaciones de los Defensores del lector, del oyente y del telespectador (columnas, programas, monografías, artículos, conferencias) (MACIÁ, 2006: 170–172).

3. Ciudadanía, ética periodística y reportajes interpretativos

José Luis MARTÍNEZ ALBERTOS postula que el imperativo de la exigencia ética del periodista en su práctica profesional consiste en el respeto corporativo a la teoría de los géneros periodísticos¹³. Básicamente, consistiría en el deslinde de dos tipos fundamentales de mensajes: el mensaje informativo, destinado a suministrar datos comprobables (el relato), frente al mensaje destinado a exponer opiniones y juicios subjetivos (el comentario). Junto a los beneficios laborales y legales para el periodista, esta distinción proporciona ventajas intelectuales y cívicas a los lectores. Aunque esta separación es apenas un paso inicial. Éste es uno de los principales escollos que debe salvar el ciudadano en el empleo de los géneros, en especial de los que denominamos interpretativos (reportaje, crónica, entrevista), que constituyen el núcleo esencial del periodismo por cuanto se orientan a descubrir el porqué de la realidad en la que vivimos.

Lorenzo GOMIS, en su imprescindible *Teoría del Periodismo*, explica que el periodismo es un método de interpretación (1997: 38). Primero, porque escoge entre todo lo que pasa aquello que considera interesante. Segundo, porque interpreta y traduce a lenguaje inteligible cada unidad de la acción externa que decide aislar (noticia) y, además, distingue en ella entre lo más esencial y relevante (recogido en el *lead* o primer párrafo y destacado en el título) y lo que lo es menos. Tercero, porque además de comunicar las informaciones así elaboradas, trata también de situarlas y ambientarlas para que se comprendan (reportajes, crónicas) y de explicarlas y juzgarlas (editorial y, en general, comentarios). En consecuencia, alude a tres grados de interpretación complementarios (GOMIS, 1997: 109):

a) Una significación de primer grado, descriptiva: la interpretación de hechos o noticiosa. Su función es la composición del presente social como un conjunto o mosaico de hechos (noticia).

b) Una explicación de segundo grado, exegética: la interpretación de situaciones. Presenta personajes y realidades en un ámbito geográfico o temático. Se orienta a la

¹². En el ámbito del *periodismo ciudadano* es el caso de *Cámara Abierta*, de La2, al igual que la iniciativa de la británica British Broadcasting Corporation (BBC) (SAMBROOK, 2005: 12–15).

¹³. La idea aparece en diversas monografías y artículos del autor. El ensayo precursor se titulaba “La comunicación periodística ante el reto electrónico: el retorno a los géneros” (1988).

comprensión de la actualidad que se presenta de modo noticioso. Contempla el hecho en su contexto social, significado, trascendencia e insinúa posibles efectos (reportaje, crónica y entrevista).

c) La interpretación de tercer grado esconde un carácter moral. El comentario analiza y juzga hechos y situaciones. Su cometido es el esclarecer si los hechos y situaciones son buenos o malos, convenientes o inconvenientes, y proyecta esos juicios sobre las acciones necesarias para lograr que el futuro sea mejor que el presente (editorial, artículo, cartas al director, humor gráfico...).

Desde la perspectiva de la preceptiva, la principal objeción, que no la única, al *periodismo ciudadano*, surge, primariamente, en relación con los géneros interpretativos. ¿Está el ciudadano en condiciones de respetar las normas deontológicas, inseparables del concepto clásico de la profesión? Cuestión todavía en el aire (MESO, 2005: 12), porque las nuevas tecnologías de la información, en especial Internet, han transformado la profesión en su vertiente práctica, pero no en su dimensión ética (Colegio de Periodistas de Cataluña, 2006: 89).

Diferentes fórmulas de seudoreportajes se han propagado en la prensa española. Dado que el reportaje es la ampliación de la noticia, la vinculación entre ambos géneros conduce a determinados investigadores y profesionales a confundir ésta con aquél, o a crear un género híbrido intermedio (*reportaje informativo*, *reportaje objetivo*, *información reportajeada*). Es fácil imaginar qué pueda suceder con el mensaje elaborado por un voluntarioso ciudadano ralo en conocimientos periodísticos.

La pujanza de los contenidos *blandos*, a la que se une la carencia de atractivo e interés en la redacción clásica de las informaciones, provocan que la noticia se construya con fórmulas y técnicas propias del reportaje. Este fenómeno se manifiesta en el acercamiento de la estructura de la noticia a los esquemas propios del reportaje; en el empleo de una cierta dosis de creatividad estilística; y en la introducción de informaciones relacionadas con temas de interés social aunque no tengan, con propiedad, estricta novedad. Esta praxis persigue captar el interés del público para evitar que se abandone el seguimiento de las noticias puras en beneficio, por consiguiente, de los reportajes. Grave consecuencia negativa es la confusión que provoca en el destinatario, al que le cuesta diferenciar entre ambos géneros, lo que altera su modo habitual de percibir la información que recibe. Dado que la transformación de los géneros es connatural al Periodismo la situación no debiera provocar alarmismo. Más peligroso resulta *reportajear* cualquier información, porque no todos los temas son susceptibles de soportar el adorno estilístico ni la composición y el diseño libres.

A este factor se añade la acostumbrada escasez de tiempo del periodista que imposibilita la verdadera profundización y reflexión en la noticia. Alerta GARCÍA MÁRQUEZ “que es la prisa y la restricción del espacio lo que ha minimizado el reportaje, que siempre tuvimos como el género estrella, pero que es también el que

requiere más tiempo, más investigación, más reflexión, y un dominio certero del arte de escribir. Es en realidad la reconstitución minuciosa y verídica del hecho. Es decir: la noticia completa, tal como sucedió en la realidad, para que el lector la conozca como si hubiera estado en el lugar de los hechos” (1996). Este aparente reportaje crea en los públicos la falsa sensación de conocer el porqué de una realidad, cuando en verdad su información resulta superficial, basada en la reducción de los magnos asuntos de interés general a la narración de casos puntuales, irrelevantes o escasamente significativos.

No se trata de atribular a nadie pero, a día de hoy, esta tendencia a la *información reportajeada* causa estragos en los estudiantes de periodismo, buena parte de los cuales, cuando se inician en las lides del género, se limitan a elaborar textos escuetos, carentes de profundidad, con pretensiones literarias, sobre temas fáciles o concernientes a asuntos más o menos anecdóticos, enfocados a la denuncia y con ribetes sensacionalistas. Lo que denomino el “reportaje 20 minutos” (MACIÁ, 2005).

El *reportaje-informe* es una fría y desnuda recolección de datos. Vaya por delante que no lo considero un auténtico reportaje, aquel que se concibe como análisis penetrante de la actualidad, narración en profundidad de una historia y examen detenido de una realidad protagonizada por el ser humano; jamás como mero despliegue enciclopédico sobre un tema. El “informe documental”, como lo denomina NÚÑEZ LADEVÉZE (1995: 80), tiene un valor complementario de la noticia, refleja las formas de redacción nominales, prepositivas, impersonales, propias de la información técnica o científica. Al mismo recurre el periodista para ofrecer datos estadísticos o antecedentes de una información en cuyos aspectos y precedentes documentales trata de profundizar. El informe suscita en el destinatario la necesidad de interpretar la actualidad, pero no es expresamente interpretativo.

No es recomendable porque consiste en una suerte de tesina académica más ayuna de personas, anécdotas, descripciones o relato (GRIJELMO, 1997: 73). La base documental en la que se apoya el periodista la constituyen informes, estadísticas, resultados de investigaciones científicas o datos oficiales. Esto es, material informativo con escaso margen para la creatividad, un elemento esencial del reportaje.

El *reportaje-informe*⁴ aparece con frecuencia en secciones especializadas (economía, política, laboral, tribunales, sociedad, deportes) y suele tener cabida en publicaciones especializadas —revistas jurídicas, médicas, científicas, económicas...—, pero no cautiva al lector de diarios y revistas de información general, salvo que tenga una afinidad personal con el asunto. Una inapetencia nada extraña ya que se desnuda al reportaje de sus ropajes característicos: el cuerpo queda reducido a una noticia más, salvo que el hecho informativo sea extraordinariamente relevante. Es en el cuerpo

⁴. En el caso del ciberperiodismo podría asimilarse a la denominación de “especial temático”, y, sin duda, al “dossier documental”, según tipología de LÓPEZ (2003: 470–473).

donde se detecta el carácter eminentemente documental del mensaje, la parte más débil de la estructura debido a la ausencia de relato, de estilo creativo y de *interés humano*. De ahí la disposición decreciente del mensaje, hermanándose con la estructura clásica de la noticia. Aunque el periodista, de modo habitual, no olvida que el arranque ha de captar la atención del lector, tras los primeros párrafos el destinatario afronta la cuesta de los datos estadísticos y los testimonios de fuentes expertas. Podría solventarse esta aridez introduciendo de modo puntual ciertos episodios que despertasen de nuevo la tensión en el destinatario (testimonios de los protagonistas, anécdotas, narraciones, descripciones...). Pero se trata de recursos que, por desgracia, suelen omitirse. Estas deficiencias no anulan el valor y la utilidad del mensaje, que indudablemente cumple una función y un servicio al ciudadano; pero carece del vigor, atractivo y profundidad que caracterizan desde siempre al reportaje y que posibilita de veras la interpretación de la realidad social.

En ocasiones, para paliar las deficiencias estructurales y estilísticas del *reportaje -informe* éste se acompaña de testimonios o historias personales -en primera persona o como perfiles, desgajados del cuerpo- que persiguen humanizar el conjunto. ¿Por qué, entonces, no introducir directamente el *interés humano* en el relato, logrando, al tiempo, un mensaje mejor estructurado y más coherente que reúna los elementos aislados? Esta esquizofrenia periodística se curaría con generosas dosis de creatividad y esfuerzo personales.

Exigencia ineludible del reportero es la de profundizar en la realidad. No sirve la superficialidad, porque hay que convertir en inteligibles las noticias. El reportero presenta los hechos del modo más completo posible: da antecedentes, contextualiza, humaniza, analiza y explica. El periodismo, como nos recuerdan KOVACH y ROSENSTIEL (2003: 264), debe reconocer y aplicar aquellos principios que contribuyen a garantizar una información fiable, oportuna, proporcionada y exhaustiva que nos ayude a comprender nuestro mundo y el lugar que ocupamos en él. El reportaje, como género interpretativo, se orienta precisamente a la consecución de este ideal. De ahí que se le denomine también como *reportaje en profundidad* o *gran reportaje*, en especial cuando su despliegue es sustancioso.

La reflexión depende de la capacidad para captar o detectar los valores profundos y significativos del mundo, del ser y del acontecer humano. Aunque las cosas sean como son... y como las vemos nosotros (MARTÍN VIVALDI, 1973: 93), puesto que no todos percibimos la realidad externa por igual (influyen decisivamente el estado de ánimo, la sensibilidad personal, los deseos individuales, la impresionabilidad del sujeto...), aunque sí en su estructura básica. El relato de un acontecimiento será siempre el mismo en sus aspectos básicos, siempre diferente según el enfoque personal.

La idea del reportaje es compleja y abierta. De todos modos, la mayoría de definiciones incide en unas ideas básicas que apuntan la existencia de unos criterios genéricos. A modo de mínimo común denominador, definiendo que el reportaje es un

género periodístico interpretativo que se basa en la narración, descripción, análisis y explicación de hechos o acontecimientos, no necesariamente noticiosos, de los que el reportero participa como fuente y sobre los que ofrece sus antecedentes, alcance y posibles consecuencias, sin emitir juicios de valor personales, mediante un estilo periodístico, personal, creativo, ameno e interesante, en un producto audiovisual o impreso extenso de estructura libre y firmado.

Se ha señalado con razón que el reportaje es el género más apto para el aprovechamiento de las posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia. Desde la germinación en 1994 del ciberperiodismo, los avances básicos serían los siguientes (SALAVERRÍA y CORES, 2005: 166–168):

1. La inclusión de enlaces documentales al archivo del medio y a fuentes externas, diseminados en el cuerpo del texto o reunidos en cuadros exentos. La posibilidad de ofrecer datos e informaciones complementarias que se extienden sin límites de espacio ni de soporte posibilitarían otorgar una envergadura creciente al reportaje (López, 2003: 449). La ruptura de la periodicidad, que permite la lectura libre y reiterada, refuerza su carácter atemporal. La virtud residiría en la constante actualización, completitud y perfeccionamiento del reportaje convertido en un texto inconcluso en perpetua construcción.

2. La proliferación del enlace al documento íntegro -facsímile o digitalizado- que se cita en el texto (documentos oficiales, investigaciones académicas, monografías, recursos en línea), permite el contraste informativo y otorga credibilidad al relato. Al tiempo, facilita el carácter abierto de la Red de modo que fomenta la consulta de documentos secundarios no recogidos, incluso no considerados, en el reportaje. En contrapartida, se diluye la autoría, se disipa la firma.

3. En reportajes extensos (especiales temáticos, *dossieres* documentales) se practica la *fragmentación hipertextual* del contenido matriz, mediante estructuras axiales o reticulares. Permite una ruptura de la secuencia, una lectura libre o aleatoria. Ciertamente puede optarse por un seguimiento lineal, clásico; o guiado, cuando la información está convenientemente jerarquizada. Aceptar la posibilidad de la existencia de numerosísimas opciones válidas para construir la estructura de un reportaje es una idea clave. Aunque en todos los casos aludimos a tres fases básicas -arranque, cuerpo y cierre- a los que atribuyo tres funciones fundamentales: cautivar, seducir y satisfacer. Componen el enamoramiento del receptor por el mensaje. Omitirlas o alterarlas nos condena a la confusión, el aburrimiento o al desengaño. Ahí radica el reto de la construcción del relato creativo y ameno, alejado de la simple acumulación de información. En la práctica, el texto fuente, como tal, se reduce e incluso desaparece y se sustituye por una serie de apartados, atendiendo a las unidades temáticas que lo componen y a los materiales complementarios. Esto es, requiere de una estructura abierta jerarquizada en capas. Un inconveniente es la legibilidad del mensaje en pantalla (espacio visible reducido, lentitud en la transferencia de la

información, parpadeo, falta de alimentación o señal, etc.), que obliga a primar la profundidad frente a la extensión mediante la descomposición del texto en apartados relacionados a través de hipervínculos que permita una navegación completa pero selectiva (LÓPEZ, 2003: 458–460).

4. Notable mejora del reportaje con los recursos multimedia, con la generalización de *galerías*, infografías, grabaciones de sonido y secuencias audiovisuales que complementan el texto. Acercarse y acercar, mediante la palabra, requiere del ideal nunca alcanzado de la descripción: que sea tan completa y tan viva que pueda el lector conocer el objeto descrito con tanta seguridad como si lo hubiese visto (GONZÁLEZ RUIZ, 1955: 121). El peligro reside en que, dada la existencia de material audiovisual, el reportero tolere el relato huero de descripción. Aunque en los reportajes multimedia sigue primando el núcleo escrito se apunta el descuido del estilo (LÓPEZ, 2003: 463).

5. Acrecentamiento de la interactividad. Prolifera la inclusión de *direcciones de correo* genéricas (personales en las cabeceras modestas) para contactar con el medio o el autor. Se extiende el recurso de la *encuesta* para el voto o la inclusión de *foros* para opinar sobre la actualidad. Una variante de este modelo son las *charlas*, sincrónicas, entre reporteros y destinatarios.

Más allá de este enriquecimiento se ha destacado la aparición, desde 2002, de reportajes renovados (SALAVERRÍA y CORES, 2005: 148–149), esto es, específicamente concebidos para el medio digital¹⁵. Las producciones paradigmáticas serían las del diario argentino *Clarín.com*¹⁶.

4. El *periodismo ciudadano* español ante el reportaje interpretativo: experiencias

Anticipo la conclusión: a diferencia del caso de los géneros informativos y de opinión, las experiencias emprendidas y los canales abiertos en los medios españoles, en su conjunto, resultan deficientes porque no incluyen reportajes interpretativos elaborados por la ciudadanía. Repasaré algunas iniciativas destacadas:

La prensa gratuita siempre se ha presentado como un ámbito periodístico que abre las puertas de par en par a sus lectores. Un gratuito, *20 minutos*, el periódico más leído de España, combina las noticias y artículos que elaboran periodistas con las informaciones, escritas o gráficas, aportadas por ciudadanos. En la publicación no se publican o difunden reportajes. A lo sumo, los profesionales introducen informaciones *reportajeadas* y algún esbozo de *reportaje-informe* o una combinación de noticia con géneros interpretativos (crónica y entrevista). En cualquier caso, se trata de un

¹⁵. El nivel de *enriquecimiento* se alcanza cuando, aun respetando el canon formal de su género correspondiente en el medio impreso o audiovisual, se aprovechan las características comunicativas del ciberespacio e incorpora posibilidades hipertextuales, multimedia e interactivas. Un paso más implicaría la *renovación*, que supone reconfigurar íntegramente un género anterior; por ejemplo, la infografía multimedia.

¹⁶. Un ejemplo de reportaje que combina el texto, con la fotografía, el vídeo y el blog participativo abordaba la historia de Los Amores, un pueblo olvidado en la Argentina feudal: (http://www.clarin.com/diario/2006/12/21/conexiones/amores_home.html).

periodismo que puede y debe mejorar sustancialmente (MACIÁ, 2005).

Otro gratuito, *Qué!*, se promociona como el primer diario español elaborado por sus propios lectores. “Gracias a *Qué!* tienes la oportunidad de dar a conocer las noticias que te interesan sobre el barrio, la ciudad o la comunidad en la que vives. Crea tu blog on line, te decimos cómo hacerlo”, reza la promoción. La esencia: un grupo de profesionales de la información que desean recibir los puntos de vista, las inquietudes y las preocupaciones de los ciudadanos, gracias a la aportación de los lectores mediante blogs. El reportaje interpretativo es inexistente, también en la versión impresa del periódico. El empleo de los géneros periodísticos es idéntico al caso anterior.

El diario *Metro*, gratuito de origen sueco e implantación internacional, en versión digital o impresa, sigue las mismas pautas que sus competidores: en el mejor de los casos, se echa mano al *reportaje–informe*.

ADN confiesa ser el primero de la nueva generación de periódicos del siglo XXI. Nacido en febrero de 2006, fue creado “para cubrir las necesidades de millones de personas que necesitan información puntual, veraz y objetiva. Frente a la mera exposición de la noticia, trabajamos por ofrecer contenidos elaborados y reflexivos con reportajes propios y un especial interés por el fotoperiodismo, y promovemos activamente la participación de los lectores, tanto en la edición en papel como en la versión online”, asegura. Ciertamente presenta algún mensaje orientado al periodismo pero que no traspasa la frontera del relato interpretativo.

Los diarios de información general, más cautelosos, van introduciendo espacios a la colaboración en sus portales digitales. Con la remodelación de su portal el 20 de noviembre de 2006, *Elpais.com* arrancaba con una nueva sección bautizada *Yo, periodista* (<http://blogs.elpais.com/yoperiodista>). La invitación a los lectores reza: “LOS INTERNAUTAS INFORMAN. Ayúdanos a construir ELPAIS.com. Si has sido testigo de alguna noticia envíanosla y nosotros te la publicamos. Puedes mandarnos fotos, vídeos o documentos, ahora los lectores de ELPAIS.com se convierten en periodistas”. En febrero de 2007, el director, Mario Tascón, cifraba aproximadamente en 4.000 las aportaciones diarias de los públicos al conjunto de todas las secciones del portal. Por el momento, no encontramos reportajes.

Ciudadano M, un blog de *Elmundo.es*, pretende ser una apuesta por el *periodismo participativo*: “Envíe su crónica, vídeo y fotos. Ciudadano M no es un foro. Es un escaparate para mostrar los valores y miserias de la capital. Los lugares que más te gustan, los rincones desconocidos, los bares con encanto, las tiendas singulares, la crítica de tus restaurantes favoritos, los puntos negros, los problemas que te afectan. Conviértete en nuestro periodista”. No difunde reportajes.

ElCorreoGallego.es posee una sección titulada “Periodismo Ciudadano”, con la que desea promover, a través de una fórmula pionera en Galicia, una mayor participación de los públicos con una sección especialmente pensada para los que tengan iniciativa y *olfato periodístico*. Pretende dar cabida a las informaciones y

reportajes que puedan remitir ya redactados los propios lectores, o bien temas esbozados y fotografías que puedan servir para que el equipo del periódico realice una información. De las noticias que se reciben, un equipo especializado valora su interés, novedad y rigor para transformarlas en informaciones periodísticas. En función de estos criterios se decide su publicación y se ofrece una retribución al autor. Se trata, pues, de que los lectores remitan noticias de interés, o en su caso fotografías acompañadas con un texto¹⁷.

“Creemos que todo ciudadano tiene derecho a ejercer activamente una labor crítica con las instituciones, poderes públicos y fácticos en donde más le afecta: la ciudad en la que vive. Por eso, bajo la filosofía de que cada ciudadano es un reportero en su propia ciudad hemos creado una iniciativa para dar voz a los que hasta ahora los grandes grupos de comunicación “concedían” unas pocas líneas en la sección de Cartas al Director”, argumenta *Reporterodigital.com*, que bajo la supervisión de un equipo profesional y cualificado de periodistas, “pertenece a sus lectores, evoluciona con sus lectores y está escrito por sus lectores”. Carece de reportajes interpretativos.

La participación del público en televisión ofrece una doble perspectiva, la ciudadanía anónima¹⁸ o el efectista recurso del personaje público¹⁹. El 23 de octubre de 2006, el *periodismo participativo* se estrenó en La2 de la mano de *Cámara abierta*, espacio inserto en los informativos de la cadena, dirigido por Georgina Cisquella y presentado por Mara Torres. “Con tu colaboración esperamos contar infinidad de historias que se perderían si no fuese porque estabas allí cámara en mano. Comparte, además, tu perspectiva informativa sobre algunos temas de actualidad que te proponemos. El objetivo de Cámara Abierta es informar. Buscamos grabaciones con enfoque periodístico. No tienen cabida las promociones publicitarias, los eventos sociales o familiares ni los clásicos «vídeos de primera»”, aclara la promoción. “Hay miles de cámaras en la sociedad, gente que mira la realidad de formas diferentes”, explica la directora. Se trata, según Fran Llorente, director de Informativos, de “buscar fuentes alternativas, como ONG, asociaciones y ciudadanos, y no ser esclavos de las fuentes establecidas”. No persigue una cobertura improvisada o innata. Los profesionales facilitan unas pautas básicas sobre la naturaleza, el objetivo, el formato y el carácter de la pieza. Así, Lorenzo Milá enseña cómo elaborar una buena noticia;

¹⁷. Todas las informaciones deberán ir firmadas por su autor o autores, que estarán perfectamente identificados, con nombre completo, DNI y número de contacto, así como un breve currículum vitae en el que se especifique lugar de nacimiento, de residencia, ocupación actual...

¹⁸. Ciertos programas de renombre en televisión encontraron su arranque en la participación de los televidentes, como el espacio Línea 900, de TVE, en los años noventa, que elaboraba sus reportajes de denuncia a partir de las llamadas telefónicas de los espectadores.

¹⁹. En 2003 se emitió en TVE una producción de El Mundo TV bajo el nombre *El día que vivimos peligrosamente*. La idea de este espacio consistía en convertir a cuatro actores en reporteros intrépidos. A través de la mirada del personaje famoso quería acercarse al telespectador la vivencia y las sensaciones de personas que por su profesión afrontan el riesgo y el peligro, como misioneros en Sierra Leona (Cayetana Guillén Cuervo), reporteros de guerra en Oriente próximo (Jorge Sanz), vigilantes aduaneros en las costas españolas (Carlos Iglesias) y policías (Florentino Fernández).

Antonio Gasset habla sobre el Código Ético de Cámara Abierta; María José Aristizabal aporta un resumen en lengua de signos y Rosa María Molló enseña cómo grabar con un teléfono móvil. Bajo las premisas de veracidad y exactitud, se aceptan noticias en bruto o ya montadas. Las contribuciones no están remuneradas. El reportaje, por el momento, no aflora.

5. Conclusión. Bondades y amenazas del periodismo ciudadano

Entre las bondades del periodismo ciudadano destaca la implicación de la ciudadanía en el proceso informativo, que le permite sentir al medio como algo suyo, no sólo en la teoría. Por otra parte, un adecuado impulso instructor desde los medios coadyuva a una participación más acurada y ética en la elaboración del mensaje. Otra gran virtud es la ruptura de la agenda tradicional de los medios y la aparición de fuentes informativas alternativas, más frescas, cercanas e incondicionadas. Finalmente, desde la receptiva, se incrementa la posibilidad de fácil almacenamiento y revisita del mensaje dado que la temática del reportaje no responde a la estricta actualidad. Por el mismo motivo, el reportaje no desaparecería tan apresuradamente como la noticia.

La pregunta ante el fenómeno es obvia: ¿puede cualquier ciudadano convertirse en periodista? Sí, pero no de un día para otro; sí, tras un sustancioso periodo de aprendizaje teórico y práctico; sí, pero no todos ni cada uno de los ciudadanos lo lograrán. Negar cualquiera de las tres posibilidades implicaría hurtar al ciudadano de ejercer un derecho fundamental, barrer de un plumazo las facultades de comunicación y los másters de periodismo y, finalmente, aceptar la categórica existencia de la capacitación innata.

Cuesta convertirse en un avezado reportero. Con tino evocaba Philip MEYER la época en que para convertirse en periodista todo cuanto se requería era amor a la verdad, cierto vigor físico y cierta gracia literaria. Creo que este convencimiento, un atractivo anzuelo que deslumbra al ciudadano, perdura en nuestra sociedad, que desconoce la verdadera naturaleza del oficio. Para el profesional de hoy el listón se sitúa a una considerable altura. Y se cuentan por miles quienes se esfuerzan a diario en franquearlo, con la mayor holgura posible, sin derribarlo.

Que uno despunte en el bricolaje no le convierte automáticamente en carpintero o electricista, ni cuando descollamos en la informática nos trocamos en programadores. De igual modo, resulta ilusorio creer que cualquier persona se convertirá en periodista, aun cuando le ampara el derecho para ejercitar por sí mismo su derecho a la información, contando con que goza de aptitudes y la formación necesarias. Primero, porque el mercado laboral de la información es limitado; ni siquiera absorbe actualmente los centenares de recién licenciados que abandonan cada año las aulas universitarias. Segundo, porque será despiadada la competencia con el producto que elabore un profesional. Tercero, porque en la empresa periodística es persistente la tentación de convertir lo informativo en puro negocio.

La explotación económica asoma en el horizonte. Precisamente uno de los rasgos que caracterizan al *periodismo ciudadano* es cierto voluntarismo. En principio, no se contempla como una fuente regular de ingresos para quien colabora. Su trabajo no está remunerado o la cuantía es más que modesta. En definitiva, no puede vivir de la información. Por el contrario, su faena sí permite, en mayor o menor medida, cosechar un producto que el empresario sí vende, al número y mediante la publicidad. El riesgo es manifiesto: el abuso de quien ejerce de reportero-ciudadano, convertido en mano de obra barata. No es especulación. Los últimos informes sobre la profesión reflejan que el primer problema de la prensa española es la explotación laboral del periodista²⁰. Cabe imaginar lo que desde ciertas cúpulas empresariales cabe idear contra el ciudadano, más desprotegido.

Si la amenaza de la manipulación inconsciente sobrevuela siempre sobre el reportero, hay que preguntarse qué puede sucederle al ciudadano, que puede cometer con mayor probabilidad este pecado capital periodístico. La deformación de la realidad o la falta del debido propósito interpretativo, que se plasma en un reportaje sesgado, procede de:

1. La sustitución de la auténtica y necesaria profundización en los hechos por la simplificación inherente a las soluciones maniqueas que se limitan a reflejar las versiones contrapuestas de los protagonistas. En este sentido, la limitación de tiempo en los informativos de televisión y radio dificulta, si no impide, contextualizar la información. La acostumbrada ausencia de contexto impide la comprensión de las historias. El *periodismo de declaraciones* es un claro exponente. Los contenidos declarativos representan así un alto porcentaje, desproporcionado, del material informativo supuestamente noticioso. La cita, directa o indirecta, campa a sus anchas en la titulación de las noticias que a diario difunden nuestros medios impresos. Invito al lector a que lo compruebe por sí mismo: le basta elegir un ejemplar cualquiera del diario que prefiera de la fecha que se le antoje.

El mito *objetivista* constituye un sistema liberador de la responsabilidad del periodista. Si el reportero se limita a recoger las declaraciones, opiniones e interpretaciones de otros, sin reflexionar sobre ellas, ni contrastarlas, ni cuestionarlas, se refugia en la comodidad de traspasar la responsabilidad a las fuentes informativas²¹.

²⁰. Según la percepción de los propios profesionales el principal problema del periodismo actual es la precariedad laboral (36,8%) y la deficiente remuneración (18,8%) (Colegio de Periodistas de Cataluña, 2006: 40).

²¹. GARCÍA MÁRQUEZ se muestra rotundo: “El empleo desaforado de comillas en declaraciones falsas o ciertas permite equívocos inocentes o deliberados, manipulaciones malignas y tergiversaciones venenosas que le dan a la noticia la magnitud de un arma mortal. Las citas de fuentes que merecen entero crédito, de personas generalmente bien informadas o de altos funcionarios que pidieron no revelar su nombre, o de observadores que todo lo saben y que nadie ve, amparan toda clase de agravios impunes. Pero el culpable se atrinchera en su derecho de no revelar la fuente, sin preguntarse si él mismo no es un instrumento fácil de esa fuente que le transmitió la información como quiso y arreglada como más le convino. Yo creo que sí: el mal periodista piensa que su fuente es su vida misma —sobre todo si es oficial— y por eso la sacraliza, la consiente, la protege, y termina por establecer con ella una peligrosa relación de complicidad, que lo lleva inclusive a menospreciar la decencia de la segunda fuente” (1996).

2. La confusión de la crítica, de la denuncia debida, con el periodismo “a la contra”. La oposición permanente, como enfoque acostumbrado y único, acaba por cegar la visión y abre la puerta a la mordacidad, la falta de respeto, la acusación gratuita. La discusión, lejos de centrarse en la legítima crítica o autocrítica, deriva en la ciega defensa de los intereses personales o en la acérrima apología ideológica frente al oponente. El reportero honesto, ecuánime, reconoce las propias deficiencias y aplaude los aciertos ajenos.

3. La sobreestimación o subestimación indebidas de un hecho o acontecimiento, así como la subversión de la jerarquía general de las noticias. No deben obviarse alegremente los criterios profesionales de lo noticioso.

4. La falta de rigor en la elaboración y difusión de la información, la ausencia de contraste, el recurso a simples aproximaciones, las imprecisiones, las negligencias, la difusión apresurada y, en su caso, prematura. Entre los buenos periodistas existe un acuerdo universal sobre la función que han desempeñar. Y ésta consiste, por encima de todo, en no dar nada por sentado (RANDALL, 1999: 2).

5. La dictadura de las audiencias es un aterrador yugo. Cuando el medio se esclaviza a los intereses de los públicos puede terminar por limitarse a ofrecer -o crearlo que los públicos supuestamente demandan, sin atender a la calidad del producto periodístico que elabora y difunde. El tratamiento sensacionalista obedece, en parte, a este fenómeno. De igual modo, se manipula la realidad cuando se reduce la información de interés general a lo trivial o lo anecdótico.

6. El sacrificio del rigor informativo en aras de la libertad y creatividad estilísticas. La sustitución del estilo periodístico por el estilo literario socava un pilar fundamental del periodismo quebrando -o incluso derrumbando- cualquier construcción informativa o interpretativa por consistente que parezca. La edificación ha de ser consistente además de hermosa.

7. La creencia de que las fórmulas de la manipulación periodística se limitan a las que se contemplan en las declaraciones deontológicas, las normas de los libros de estilo, las disposiciones legales y las sentencias judiciales. La deformación inconsciente de los hechos puede adoptar una sutileza de difícil detección y, en ocasiones, de improbable demostración.

No niego, por supuesto, la posibilidad de que ciertos ciudadanos ya en el presente puedan elaborar un verdadero reportaje interpretativo; ni siquiera que, en un futuro cercano, esta posibilidad se extienda a un porcentaje significativo de la población, en ciertos ámbitos y sociedades. Incluso que germinara la figura del reportero-ciudadano. Pero no comparto el optimismo de GILLMOR, citando la experiencia de *OhmyNews.com*, en cuanto a que la coexistencia entre aficionados y profesionales resulta fácil; menos todavía el que pronto se contemple como algo natural (2006: 129).

Como se demuestra en la práctica, hoy por hoy, el reportaje interpretativo es un género periodístico difícilmente abordable para el común de los ciudadanos.

6. Referencias bibliográficas

ABEL, Elie

1985: “Hutchins visitado de nuevo: treinta y cinco años de teoría de la responsabilidad social” en SCHMUHL, Robert (Editor): *Las responsabilidades del periodismo*. Barcelona, Mitre, pp. 59–66.

AZNAR, Hugo

2005 (2ª edición actualizada): *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel.

BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris

2003: *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Reston (Virginia), The Media Center at The American Press Institute.

CASASÚS, Josep Maria y NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis

1991: *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona, Ariel.

COLEGIO DE PERIODISTAS DE CATALUÑA

2006: *Libro blanco de la profesión periodística en Cataluña*. Barcelona, Generalitat de Catalunya.

GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel

1996: “El mejor oficio del mundo”. Discurso ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), celebrada en Los Ángeles (EE.UU.), 7 de octubre. (<http://www.fnpi.org/download/elmejor.pdf>) [Consulta: 20 de enero de 2007].

GARRISON, Bruce

2003: “How Newspaper Reporters Use the Web to Gather News”, *Newspaper Research Journal*, vol. 24, núm. 3, verano, pp. 62–75.

GILLMOR, Dan

2006: *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol (California), O’Reilly Media, Inc.

GOMIS, Lorenzo

1997 (1ª reimpresión): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, Paidós.

1989: *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona, Centre d’Investigació de la Comunicació

GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás (Director)

1955 (2ª edición): “Redacción periodística”, en *El Periodismo. Teoría y práctica*. Barcelona, Noguer, pp. 101–171.

GRIJELMO, Alex

1997 (1ª edición): *El estilo del periodista*. Madrid, Taurus.

KOVACH, Bill y ROSENSTIEL, Tom

2003: *Los elementos del periodismo*. Madrid, Ediciones El País.

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo

2003: “Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica” en DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (Coordinadores): *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona, Ariel, pp. 449–494.

MACBRIDE, Sean

1980: *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Fondo de Cultura Económica.

MACIÁ BARBER, Carlos

2006: La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador. Los paladines contra el periodismo descaminado. Madrid, Universitas.

2005: “Prensa gratuita: la noticia en el periodismo 20 minutos” en LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé y VILLANUEVA REY, Xosé (Editores): *Investigar sobre periodismo*. Santiago de Compostela, Universidade. Servicio de Publicacións e Intercambio Científico, pp. 649–664.

MAINAR, Rafael

2005: *El arte del periodista*. Barcelona, Ediciones Destino.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo

1973: *Géneros periodísticos*. Madrid, Paraninfo.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

1988: “La comunicación periodística ante el reto electrónico: el retorno a los géneros”, *Cuenta y Razón*, núm. 34, febrero, pp. 59–64.

MESO AYERDI, Koldo

2005: “Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística”, *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 90, junio, pp. 4–13.

MIN, Jean K.

2005: “Journalism as a Conversation”, *Nieman Reports*, vol. 59, núm. 4, invierno, pp. 16–18 (http://www.nieman.harvard.edu/reports/05-NRwinter/NR05W_Citizen_Journalism.pdf) [Consulta: 15 de noviembre de 2006].

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis

1995: *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona, Ariel.

OUTING, Steve

2005: “The 11 Layers of Citizen Journalism”, 13 de junio (http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126) [Consulta: 19 de enero de 2007].

RANDALL, David

1999: *El periodista universal*. Barcelona, Siglo XXI de España Editores.

SALAVERRÍA, Ramón y CORES, Rafael

2005: “Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos” en SALAVERRÍA, Ramón (Coordinador): *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 145–185.

SAMBROOK, Richard

2005: “Citizen Journalism and the BBC”, *Nieman Reports*, vol. 59, núm. 4, invierno, pp. 12–15 (http://www.nieman.harvard.edu/reports/05-NRwinter/NR05W_Citizen_Journalism.pdf) [Consulta: 15 de noviembre de 2006].

SCHAFFER, Jan

2007: *Citizen Media: Fad or the Future of News? The rise and prospects of hyperlocal journalism*. The Institute for Interactive Journalism. Philip Merrill College of Journalism. University of Maryland, College Park (http://www.kcnn.org/research/citizen_media_report) [Consulta: 15 de enero de 2007].