

Cómo se hace periodismo: la mirada periodística y el uso de las fuentes

Gabriela Michelini



INTRODUCCIÓN

La esencia del periodismo consiste en contar historias. Las noticias son relatos de hechos que suceden o sucedieron desde una determinada valoración. Las noticias son el resultado de un proceso de análisis de la realidad que deviene en relato. Se puede decir que las noticias obedecen a un trabajo de construcción similar al de un relato de ficción. De hecho, si se mira en la historia, los grandes narradores fueron también grandes periodistas como en el caso de Borges, García Márquez, Fuentes, Onetti, Vargas Llosa, Asturias, Neruda, Paz, Cortázar, entre otros escritores latinoamericanos.

La búsqueda a través de la palabra de la belleza y la precisión en lo que se dice es propia del periodismo y de la ficción. Sin embargo, hay una diferencia crucial entre la mirada del escritor a la del periodista. El periodista busca, a través de su relato, dar cuenta de los hechos que acontecen en la realidad. La materia de la que se nutre el periodismo son los hechos de interés colectivo.

Como caracterización de la actividad del periodista se encuentra el concepto de noticia.

¿QUÉ ES LA NOTICIA?

La mayor parte de los autores que analizan la cuestión señalan cuatro aspectos importantes para definir qué es una noticia: el primero es que la noticia no es el hecho en sí, sino el *relato de un hecho* verdadero, inédito o actual. Este relato es

objeto de interés general, y en la elaboración del mismo pesan valoraciones de los datos informativos de acuerdo a la lectura del profesional o del medio en el que ejerce su profesión. Pero este relato no es noticia hasta el momento en el que es comunicado. De esto se desprende que el periodismo trata con información, pero que no necesariamente información es periodística.

La caracterización de la noticia no es entonces la verdad, sino la veracidad: transmite la realidad periodística sin mentir, sin deformar, sin tergiversar. Se trata de una mirada sobre los hechos actuales, inmediatos.

Otra característica es la objetividad: la información periodística se realiza a partir de una determinada lectura de la realidad, pero el relato informativo no admite las opiniones ni los juicios de quien escribe.

Según define Estela Martini (2002)

"La noticia es construcción de la realidad y puente entre individuos y espacios y al tiempo que informa y comunica, difunde una cultura, se constituye en discurso autorizado y consolida una visión del mundo".

Es de común conocimiento que el periodismo es una manera de abordar a la realidad, y que no es de ninguna manera objetivo, sino que su construcción retórica le concede un halo de objetividad. En la sociedad ocurren los hechos, que los periodistas contextualizan y abordan, Martini agrega:

"en tiempos difíciles como los actuales, en los que los acontecimientos de la realidad logran asombrar en alto grado a las sociedades, reconocemos que el periodismo tiene que hacer un esfuerzo importante para interpretarlos y hacerlos pasar a la categoría de noticias. Quizás haya que repetir una vez más que la especialización de los periodistas y el trabajo concebido como interpretación de los acontecimientos que ocurren cotidianamente se han hecho más que necesarios."

La noticia periodística siempre surge de una retroalimentación entre la sociedad y los periodistas. Los hechos suceden en la realidad, y son tomados por los periodistas que los reconstruyen como noticia, que vuelve hacia la sociedad generando nuevos hechos, que luego se construyen como acontecimientos. Un claro efecto de esta situación es la formación de opinión pública. Es por ello que resulta la fuente de información tiene un rol central en el periodismo. La fuente debe ser confiable, y para ser confiable debe ser plausible de constatación. Es por ello, por ejemplo, que Internet resulta una fuente tan compleja para los periodistas: necesita de varias instancias de legitimación.



¿Pero qué requisitos deben cumplir los hechos para pasar a ser noticia? La respuesta se encuentra en los llamados "criterios de noticiabilidad".

Básicamente, los criterios de noticiabilidad tienden a variar en el tiempo, siguiendo el fenómeno que se conoce como "agenda setting", que tiene que ver con que los medios

"nos dicen no lo que hay que pensar, sino en qué hay que pensar, cumplen la función de un <<maestro de ceremonias>> o incluso de un tablón de anuncios en el que se anotarían los problemas que deben ser objeto de debate en una sociedad" (Mattelart: 1995 pp 102).

Para construirse en noticia, un acontecimiento debe cumplir algunos criterios, que Teun Van Dijk conceptualiza como "valores periodísticos", que reflejan los valores económicos, sociales e ideológicos en la elaboración del discurso de los medios de comunicación.

"Se trata de valores referidos a la validez periodística de los acontecimientos o del discurso, compartidos por los profesionales, e indirectamente por el público de los medios informativos. Proporcionan la base cognitiva para las decisiones sobre la selección, la atención, la comprensión, la representación, la evocación y los usos

de la información periodística en general” (Van Dijk; 174).

Los valores periodísticos que señala el autor son:

- **Novedad:** los lectores necesitan información nueva, que no se les repita lo mismo que ya conocen
- **Actualidad:** no basta con que la información sea nueva, sino que debe además ser reciente.
- **Presuposición:** gran parte de las noticias se funda en los saberes previos que el autor del artículo presupone en la audiencia. Es necesario que los hechos tengan algún tipo de contextualización, porque la información completamente nueva no puede ser asimilada (Teoría de la Relevancia).
- **Consonancia:** No sólo se deben tomar en cuenta los conocimientos previos, sino también las opiniones. Este valor tiene que ver con la coherencia entre la noticia y las normas y actitudes socialmente compartidos.
- **Relevancia:** se define en términos de lo que es relevante para la mayor parte del público, no de las minorías.
- **Desviación y negatividad:** la noticia es más espectacular cuanto más negativa. El autor señala que este valor se debe interpretar desde el punto de vista psicológico, sociológico, analítico y cognitivo. Este valor negativo debe compensarse con valores positivos, sino es muy difícil de digerir.
- **Proximidad:** despierta mayor interés todo aquello que tiene una mayor proximidad geográfica con el lector. En este punto surgen algunas dificultades con lo que se llama “noticia transnacional”, y que tiene que ver con los fenómenos que surgen a partir de la globalización.

Todos estos valores entran en juego en el momento de construir una noticia, cualquiera sea el ambiente donde se produce. Es por ello que en el momento de cubrir un hecho, es necesario tener un “ojo periodístico” para convertirlo en acontecimiento.

Bibliografía

MARTINI, Stella (2002) "Las crónicas sobre la violencia global: datos para una teoría de la noticia transnacional". Ponencia presentada en VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación ALAIC 2002. Disponible en <http://www.eca.usp.br/alaic/material%20congresso%202002/qt6medtisch.htm>

MATTELART, Armand y Michele; "Historia de las teorías de la Comunicación", Paidós, Barcelona, 1997 (pp. 102)

VAN DIJK, Teun; "La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información", Paidós, Barcelona, 1990.