

La importancia de un trabajo colectivo. El anonimato del periodista Ofa Bezunartea

Los periodistas conocidos por su nombre son los tertulianos y columnistas; es decir, los que opinan, no los que informan, a pesar de que el genuino cometido de los periodistas es la información. En los periódicos los reporteros-redactores firman las noticias que elaboran, pero es como si fueran anónimos. Así, la audiencia parece sintonizar con los estudiosos que ponen de relieve el carácter colectivo de la producción de información y, efectivamente, la incidencia de este trabajo en los contenidos es muy grande.

Journalists whose names are recognized by the public are usually talk-show participants or columnists; in other words, those who offer us their opinions, not information, and this is so despite that fact that providing us with information remains the true mission of a journalist. In most newspapers the reporter or copywriter signs his work but it's as if it were done anonymously. In this respect the public seems to be in agreement with those scholars who emphasize the collective aspect of producing information; and in reality the importance of this work in producing content is considerable.

Se tiende a considerar que los "opinadores" son los principales factores de la formación de la opinión pública

Los medios de comunicación no han sido contemplados como "constructores de la realidad" hasta el último tercio del siglo XX

La doble función de responsabilidad y negocio redunda en una gran complejidad en relación con la oferta-demanda de noticias

Los *gatekeepers*, selectores de noticias, representan cuanto de relevantes pueden ser los medios de comunicación en la sociedad

La radio y la televisión siguen siendo medios muy limitados para la información y en muchos aspectos dependen de los impresos

Una regla: cuanto más alto es el puesto en el escalafón, más alejado está el periodista del contacto directo con la información

El mejor periodismo de investigación es el que realizan los reporteros sobre la infinidad de asuntos de la vida cotidiana

Un buen reportero es mucho más difícil de suplir en un medio que muchos de los que ejercen las funciones de *gatekeeper*

Convendría corregir la idea de que el *gatekeeper* «es el filtro del medio de todo el material que llega a ser publicado»

En muchos medios se sostiene el criterio de que el mejor periodista es el que puede hacer todo y cualquier cosa

En las redacciones de los medios se sabe que las fuentes son del periodista, no del medio

Los teóricos de la comunicación han ignorado al periodista como profesional individual y su incidencia en los contenidos

Es difícil de justificar la infravaloración de las firmas teniendo en cuenta la trascendencia que tiene la información

¿Con quién comunicar, cuando se puede comunicar con todo el mundo?

¿Qué mirar, cuando se puede mirar todo?

¿Qué registrar, cuando se puede registrar todo?

(Francis Balle)

Introducción

La frase feliz de Burke «vosotros sois el cuarto poder» a los miembros de la Cámara de los Comunes británica a finales del siglo XVIII puso de manifiesto que, efectivamente, si Montesquieu hubiera anunciado la distribución de poderes unas décadas más tarde de lo que lo hizo, no habría dejado de incluir a los medios de comunicación entre los poderes básicos de una sociedad democrática. El papel de los medios de comunicación es indispensable.

A lo largo del siglo XX se han sucedido las teorías sobre la intensidad y la capacidad de acción de ese cuarto poder. Un poder cuya especificidad más relevante es no tener funciones propias: su perfil consiste en el control indirecto de los otros tres pilares del estado de derecho. Un control indirecto porque su función se cifra en descubrir y describir a los ciudadanos cómo el legislativo, el ejecutivo y el judicial desarrollan sus cometidos. El poder sobre los poderes lo tienen los ciudadanos, los cuales deciden a través de las urnas quién ostenta el poder. En este sentido, el contrapoder de los medios de comunicación es más fuerte sobre los legisladores y gobernantes, ya que ambos dependen mucho más directamente de las decisiones electorales de los ciudadanos que el poder judicial.

La formación de la opinión pública depende en gran medida de los mensajes de los medios de comunicación: de la información y también de la opinión que complementa y da sentido a la información. A menudo se tiende a considerar que son los "opinadores", cuyos mensajes buscan la

persuasión, no el conocimiento, los principales factores de la intervención de los medios en la formación de la opinión pública. Pero, seguramente, Burke pensaba más en la función informativa que en la opinativa cuando hablaba del periodismo como cuarto poder. De la desconfianza de los políticos británicos al uso que de la información pudieran hacer los ciudadanos dan fe los propios representantes que prohibieron hasta épocas muy recientes la entrada de micrófonos de radio y de televisión en las cámaras legislativas.

Dejando de lado el debate sobre quién contribuye más a la formación de la opinión pública, a la distinción entre informadores y opinadores habría que añadir en el caso de estos últimos una subdivisión. Las normas de formación periodística especifican con claridad las reglas de la opinión, pero existen quienes las contravienen abiertamente y actúan con dogmatismo: simplemente califican, exponen posturas favorables o desfavorables, en lugar de aportar datos, argumentos, razonamientos destinados a mentes abiertas, inteligentes, con capacidad de análisis.

La realidad de los periodistas

Mucho después de que se otorgara a los medios de comunicación el título de cuarto poder se les atribuyó la construcción social de la realidad *actual*. Subrayo *actual*, lo que puede parecer una matización superflua, para poner de relieve que, respecto del pasado, ese papel lo han desempeñado los historiadores. Se da por hecho que el verdadero transcurso de la realidad pasada es la que nos exponen los historiadores, a pesar de que no fueron testigos de lo que ocurrió, ni se enfrentan al examen de los propios coetáneos, espectadores, testigos o actores de los acontecimientos, como deben hacer los medios.

Los medios de comunicación de masas, a pesar del siglo largo de existencia, no han sido contemplados como "constructores de la realidad" hasta el último tercio del siglo XX. Algunos sociólogos, una vez asentadas las teorías sobre la opinión pública, volvieron los ojos hacia ellos: la labor de mediación, de trasladar los acontecimientos a los ciudadanos no consistía en poner un espejo y reflejarlos, sino que se había ido estableciendo una serie de prácticas, algunas simplemente derivadas de la percepción humana y otras exigidas por los sistemas de producción, que derivaban en un verdadero proceso de construcción, más que de transmisión o difusión.

Los criterios de noticiabilidad, esto es, las condiciones que deben concurrir en un acontecimiento para que los periodistas decidan su difusión y su valor relativo en comparación con otros, constituyen una suerte de horma a la que someten eventos, observaciones sobre acciones y comportamientos de personas e instituciones, hechos de la vida cotidiana, que crea la impresión de construir más que de mostrar.

Los criterios de noticiabilidad se produjeron como una respuesta a la exigencia de definición del propio producto. ¿Qué vende un periódico?: noticias. ¿Qué son noticias para los medios? ¿Qué de particular debe tener el evento que se elige entre los cientos, miles de aconteceres que transcurren en el hoy de cualquier comunidad o grupo humano y cuyo reflejo sería el verdadero retrato de la realidad?

¿Los criterios de noticiabilidad responden a una acción arbitraria de los profesionales y en definitiva empresas de la comunicación? Evidentemente, no. Se han decantado como resultado de la confluencia de dos factores, los mismos, por otra parte, que presiden las relaciones oferta-demanda de cualquier producto de consumo: las demandas de los consumidores y las ofertas de los productores. Sin dejar de considerar que si bien pesan sobre los medios de comunicación las condiciones de empresas productivas y por tanto pendientes de las cuentas de resultados, también tienen el carácter de entidades sociales con una grave responsabilidad de función pública (01) .

Ahora bien, la doble función de responsabilidad y negocio redunda en una gran complejidad en relación con la oferta-demanda de noticias. El conjunto no puede ser más heterogéneo y amplio. Incluye la necesidad más primaria de información, como puede ser un servicio necesario –las farmacias de guardia o la cartelera de cine, la satisfacción de una simple curiosidad banal– el color o la textura de los vestidos de las invitadas a una boda de famosos; lo relativo a aficiones o entretenimiento, competiciones deportivas, y lo concerniente a temas trascendentales, como las acciones de los gobernantes. Resulta imposible establecer criterios sobre valores que intenten ser universalmente admitidos. Las noticias satisfacen la simple curiosidad y al mismo tiempo la necesidad de información trascendente de públicos amplios y heterogéneos que demandan y

consumen productos (medios de comunicación) de contenidos también heterogéneos. Y es muy raro que incluso los fieles a cada medio "usen" todo el producto, sólo prestan atención a lo que por distintas circunstancias les interesa.

Los criterios de noticiabilidad han ido evolucionando en la historia de los medios de comunicación de masas en función de la situación de los consumidores y de los productores de los medios a lo largo del siglo XX. A medida que los sistemas de transmisión se tecnificaron y mejoraron, creció exponencialmente el flujo de acontecimientos noticiables y el valor social de la información (02), lo cual obligó a modificar los sistemas productivos empresariales y, en definitiva, a generar una creciente profesionalización del tratamiento de noticias.

La criba, la selección de noticias se reveló, especialmente a juicio de sociólogos y comunicólogos, como una de las tareas de mayor significado en la producción de los medios de comunicación. Los *gatekeepers* (03), los selectores de noticias, representan cuanto de relevantes pueden ser los medios de comunicación en la sociedad.

Los *gatekeepers*

¿Qué son y qué representan los *gatekeepers*? A juicio de los teóricos son los primeros o únicos responsables de que los medios construyan la realidad en lugar de reflejarla: ellos deciden dejar fuera cada día noventa de cada cien noticias de las que llegan a la redacción y ordenan y jerarquizan la realidad confiriendo a las noticias que publican una importancia intrínseca y relativa.

En realidad, no importa en qué escala jerárquica estén, todos los periodistas hacen esa función de selección (04): desde el redactor jefe que escoge las noticias que irán en su sección, hasta el reportero que decide con qué fuentes va a contar para confeccionar su noticia. No obstante, la labor de *gatekeeper* se asocia a los miembros del *staff* de la redacción, empezando por el director, en la punta de la pirámide dando criterios generales sobre el contenido de todo el periódico, hasta los jefes de sección quienes deciden qué noticias irán en las páginas asignadas a su responsabilidad.

La oscura e influyente figura de *gatekeeper* fue acuñada en referencia a los periódicos. Y sigue asociada a ellos, a pesar de que los espacios de información de actualidad de radio y televisión recortan más drásticamente que los periódicos el número de noticias que divulgan. De hecho, la construcción de la realidad de radios y televisiones tiene muchas limitaciones: tiempo de atención sobre una noticia, necesidad de imágenes o sonido directo, que si el conocimiento de lo que ocurre en el mundo se limitara a sus emisiones apenas conoceríamos otra cosa que gestos, apuntes, impactos. Sólo se acomodan a los medios audiovisuales los acontecimientos que pueden describirse en breves frases o traducirse en imágenes. El seguimiento de continuidad, la contextualización de acontecimientos, la comunicación de aquellos en los que predominan las ideas, los discursos, los matices que sitúan en su verdadera dimensión tantos hechos e historias no se acomodan bien a medios tan instantáneos y que, además, dependen de la contingencia de que el receptor "esté allí" escuchando o viendo en el momento preciso. Salvo por la posibilidad de simultaneidad, la radio y la TV siguen siendo medios muy limitados para la información y en muchísimos aspectos mantienen su dependencia de los impresos (05).

Pues bien, se hace recaer en los *gatekeepers* la responsabilidad del contenido de los medios en la medida que son ellos quienes deciden qué se publica y qué jerarquía corresponde a cada noticia. Incluso cuáles de las noticias merecen comentarios, el complemento de la opinión Y, ¿qué ocurre con lo que Tunstall denomina *gatheres* (06), es decir, los periodistas que fabrican la materia prima, las noticias, los reportajes? Los redactores o reporteros. ¿Son meros ejecutores de las ideas de *gatekeepers*, de los cuadros de dirección de la redacción?, ¿en qué medida el contenido de los periódicos corresponde a esos redactores o reporteros?

En la antigua jerga profesional se establecía la diferencia entre periodista de mesa y periodista de calle: en el primer grupo se englobaban a todos los periodistas que, independientemente de su función o categoría laboral, trabajaban con noticias ya elaboradas, ya fueran de agencia, de corresponsales, etc. Mientras que los periodistas de calle, ya fueran reporteros de sucesos o de local, o redactores especializados, eran quienes redactaban el material propio del periódico. Fueran de iniciativa propia o ajena.

Resulta una clasificación demasiado simple, cuando la tipología de los periodistas es tan amplia

como lo es el número de tareas que pueden desarrollar y que dependen del lugar que ocupen en el proceso de producción de noticias y también del tipo de soporte de los medios; casi nada tiene que ver el papel del redactor de radio y de televisión con el de prensa.

Una regla: cuanto más alto es el puesto en el escalafón, más alejado está el periodista del contacto directo con la información, aunque decida más sobre la valoración, la selección y el contenido conjunto del medio informativo.

El reportero-redactor es el suministrador directo de las noticias: para los periodistas es quien personifica la profesión. Es el principal actor en la obtención de noticias. Quien acude a las ruedas de prensa, a la policía, a los bomberos, a los tribunales de justicia, a las comisiones y plenos de ayuntamientos o parlamentos, quien realiza las entrevistas a políticos, empresarios, sindicalistas, artistas...

La propia naturaleza de la tarea impide la pasividad pues la necesidad de seleccionar y evaluar el material que le suministran todos estos centros productores de información es inevitable. Y ello sin contar con que en muchísimos casos el periodista se ve en la necesidad de complementar el material que recibe: a veces contextualizándolo, otras muchas haciendo aflorar intereses más o menos ocultos, resaltando contradicciones con actuaciones anteriores de las mismas fuentes...

Están, además, los temas promovidos por los propios periodistas. No sólo el periodismo que de modo muy restrictivo, confuso e injusto se atribuye el calificativo de investigación: en el sentido de denuncia, de destapar fraudes económicos o financieros, conductas delictivas o abusivas de políticos o empresarios. El mejor periodismo de investigación, el más habitual es el que realizan los reporteros sobre la infinidad de asuntos de la vida cotidiana a través de los cuales confeccionan el verdadero espectrograma de la vida social. La mayoría de esas noticias, reportajes, informaciones explicativas o interpretativas no son iniciativa del *staff* de las redacciones, de los *gatekeepers* o editores, sino de los periodistas de calle, de los periodistas especializados que acaban conociendo en profundidad el área que tienen asignada: la enseñanza, la sanidad, la vida municipal, la seguridad ciudadana, la vida cultural, el mundo financiero o político en sus múltiples expresiones.

Y junto al periodista que recoge una anodina rueda de prensa o redacta sobre el informe de la policía la escueta noticia de los accidentes de tráfico, está el que escruta las carencias estructurales de la sociedad, los cambios ideológicos, políticos, culturales, los modos de vida; el investigador meticuloso que agota los acontecimientos, el creativo con sensibilidad periodística y pluma de escritor que es capaz de describir personajes o situaciones para la historia.

Hoy día, además, el auge del periodismo interpretativo y explicativo ha permitido el desarrollo de figuras profesionales de gran relieve, cuyo trabajo informativo acarrea una impronta personal muy significativa, en algunos casos equiparable a la de los columnistas.

Un buen reportero, que destaca por su originalidad y creatividad, o un destacado periodista especializado es mucho más difícil de suplir en un medio que muchos de los que ejercen las funciones de *gatekeeper*.

Las afirmaciones de muchos analistas de los contenidos de los medios, que simplifican las consecuencias de las avalanchas de información que generan todos los centros de poder, pueden ser refutadas o al menos matizadas. Sánchez Noriega sintetiza estos postulados cuando afirma que «lo excepcional es el periodista investigando, rastreando y describiendo hechos noticiosos: lo habitual es que a la sede del medio llegue mucha más información de la que realmente puede dar a conocer» (07). Aunque efectivamente los medios estén desbordados por la cantidad de material informativo que reciben, ello no significa que no desechen la mayor parte, la que creen que tiene más interés para los emisores que para los receptores; ni que el que utilicen no sea sometido a un severo tratamiento periodístico; no significa, en fin, que además no promuevan informaciones propias. Las cuales, por cierto, son las que mayor prestigio y ventajas sobre la competencia les reportan.

Como cabe deducir de la heterogeneidad de tareas y actividades del periodista-reportero, la lista de su posible intervención en el contenido real del medio es muy larga. Y que se realice de una u otra manera dependerá de su preparación, de su perspicacia, de su profesionalidad. También de la motivación, y ésta de las condiciones laborales, del ambiente de trabajo, de las relaciones con los

superiores. Como dice Hohenberg, «los hechos prueban de manera irrefutable que los reporteros desempeñan parte importante y a veces decisiva en la configuración de las noticias» (08) .

Aunque algunas veces las prácticas empresariales en el terreno laboral la contradicen, existe la conciencia profesional de que los que hacen bueno el producto son los buenos periodistas: un periódico será tan honesto (y creíble, por tanto) «como honestas y veraces, peleonas y profesionales sean las personas que se encargan de escribirlo y editarlo», escribía en su columna del Defensor del Lector Soledad Gallego-Díaz (09) .

Las prerrogativas del redactor

Es decir, si la labor de los *gatepkeers* es fundamental como controladores y autores de las tomas de decisión sobre los contenidos de un medio, ello no significa que no deba considerarse la gran influencia que en esos mismos contenidos tienen los periodistas que “tocan” la noticia en primera instancia. De tal manera que convendría corregir la idea de que el *gatekeeper* «es el filtro del medio de todo el material que llega a ser publicado» (10) , porque induce al error de prescindir de la labor previa que han realizado los redactores del medio que confeccionan el material de primera mano.

Parte de este material tiene “garantizada” su publicación, es decir, no se somete a la selección general. Por ejemplo, en los temas que abren sección y que se nutren mayoritariamente de producción propia. Es suficiente que los redactores especializados, que gozan del respeto y prestigio de sus responsables, anuncien con antelación que tienen el tema de apertura, para que su decisión se respete, basta que los jefes de sección o redactores jefes conozcan el contenido. Y será muy excepcional que esta resolución se cambie, salvo que ocurran circunstancias excepcionales: como un acontecimiento imprevisto de la suficiente importancia como para desplazar el tema de apertura de sección. Y el tema de apertura es el más importante de la sección, en el que el medio muestra su valoración de los acontecimientos diarios, el respaldo al tema y, generalmente, a su autor.

Algo similar ocurre en el caso de los espacios fijos: una entrevista diaria, o un “tema del día”, cuyo contenido queda a la discrecionalidad de la firma, el redactor que lo mantiene. Apenas tendrá revisión previa. Es posible que *a posteriori*, después de la publicación y a la vista de alguna reclamación de afectados, el jefe pueda recriminar al redactor por lo inapropiado del tema o del tratamiento que le ha dado. Ya que el encargado del compromiso de la sección goza de autonomía para enfrentarse a la dura tarea de cumplirla a diario en correspondencia, los jefes respetan sus iniciativas.

Las prerrogativas de los periodistas destacados en cada sección sobre la elección de temas, su valoración y sobre todo el uso de las fuentes informativas sobrepasan en muchas ocasiones las de los *gatekeepers* del medio.

Por una parte, es una simple cuestión de criterios periodísticos: por ejemplo, difícilmente puede un editor variar un texto elaborado por un redactor si, objetivamente, no tiene un apoyo para hacerlo, salvo que se detecte un error visible y comprobable: que le esté dando la noticia de un accidente de un utilitario cuando tiene delante la foto de un todoterreno; un lugar geográfico incorrecto, etc. Si quien ha estado “allí”, ha manejado documentos, ha hablado con las fuentes, etc., es el redactor, ¿qué puede hacer el editor sobre la información ya confeccionada? Es el mismo caso de una entrevista: puede parecerle incorrecta, se han ignorado temas importantes, faltan preguntas; pero tiene dos opciones, prescindir de ella o dejarla como está, puesto que no estuvo en la entrevista.

Por otra parte, también la distribución de prerrogativas de unos y otros, de redactores influyentes y de *gatekeepers*, incluye reparto de poder. De poder interno sobre el control de la información que maneja un medio. Existe entre los profesionales la impresión de que ésta es una de las razones del poco interés en los medios por fomentar la especialización y la firma. Es más, a ciertas firmas o ciertos especialistas se les tiene miedo por ejercer demasiado control sobre su feudo, sus fuentes, sus temas.

Lo cierto es que en muchos medios, aunque no todos tienen la misma política, se sostiene el criterio de que el mejor periodista es el que puede hacer todo y cualquier cosa. Y la aplicación de tal actitud significa que les gusta la movilidad de los redactores, a los que cada cierto tiempo cambian de sección, incluidos los que han alcanzado un notable grado de especialización en su área. El principal argumento de los defensores de esta política de personal es que el periodista se adocena, se

rutiniza, cuando no acaba con un tipo de relación con las fuentes habituales tan estrecha que termina ahogando la libertad e independencia del periodista (11) . Lo cual, en determinadas áreas como la política o la economía, es un fenómeno que puede darse, aunque no es un sino inevitable ni general, más al contrario habría que atribuirlo a las condiciones personales de determinados periodistas.

Las fuentes

Alrededor del binomio fuentes-periodista se generan algunos de los aspectos más interesantes de las peculiaridades del trabajo de los profesionales de la información con una repercusión muy directa en el fenómeno que se analiza en este artículo: la relevancia del trabajo individual y su injustificada infravaloración.

La calidad del trabajo de un periodista depende de la calidad de sus fuentes (12) . Las fuentes no van anexas al puesto del periodista. Cuando a un reportero le asignan, por ejemplo, suceder o reemplazar a otro para cubrir la información de cualquier área informativa, seguramente ocupará la mesa y el ordenador de su antecesor, pero no heredará la agenda ni los contactos. La fiabilidad, idoneidad, heterogeneidad y disponibilidad de fuentes con que cuenta un periodista se deben a su labor personal, aunque es obvio que la posición y rango del medio al que pertenece le pueden ayudar o entorpecer la consecución de una buena agenda. Pero en las redacciones de todos los medios se sabe que las fuentes son del periodista, no del medio. Cuanto más sensible es el área informativa (policía, justicia, economía, política a ciertos niveles) y más importancia puede tener el disponer en momentos claves de buenas fuentes, más restringido e interpersonal suele ser ese binomio fuente-periodista. Hasta el punto de que hay fuentes que sólo se relacionan con un periodista determinado, y que hay periodistas que son fichados por un medio precisamente por la calidad de sus fuentes informativas. Estos periodistas pueden dejar un hueco irremplazable en el medio que abandonan porque no siempre otro redactor es capaz de conseguir las relaciones y fuentes informativas de aquel que se ha ido.

La relación de confianza entre los dos interlocutores suele ser un proceso laborioso y largo, a veces de años, que no sólo depende de la capacidad de comunicación entre ambos, sino de haber superado con éxito las pruebas a las que se enfrentan. Aun admitiendo que en general se trata de una relación interesada por ambas partes, no es menos cierto que tiene que basarse en el juego limpio: ni el periodista puede sentirse utilizado más allá de ciertos límites tácitos, ni la fuente distorsionada.

Conviene recordar que el hecho de que la labor del periodista sea de mediación implica la capacidad de transmitir las ideas ajenas a satisfacción de quien las emite (13) . Y si en informaciones con fuentes esporádicas los errores pueden no tener repercusión para el periodista, cuando se trata de fuentes estables un fallo grave supondrá la pérdida de la fuente.

Es claro que teniendo en cuenta estas características de la relación con las fuentes, hay ámbitos que podríamos calificar de cruciales en la elaboración de muchas e importantes noticias que se escapan del control de los editores; es decir, pertenecen al periodista individual, al reportero o redactor.

Reconocimiento del público

Que los teóricos de la comunicación, estudiosos de procesos, contenidos, efectos de los medios han ignorado el papel del periodista como profesional individual y su incidencia en los contenidos, es un hecho. Lo refleja muy bien Francis Balle cuando dice: «Se habla indistintamente del periodismo y el periodista, siempre anónimo» (14) .

Estos periodistas son muy conscientes de que las firmas (15) carecen de relevancia para los lectores, al mismo tiempo reconocen que la personalización y el protagonismo lo acaparan los columnistas. Éstos sí suscitan fidelidades y la lectura de los textos está supeditada a la relación del lector con la firma.

En los numerosos estudios de seguimiento que los periódicos hacen entre sus lectores, la pregunta de firmas que recuerdan siempre tiene como respuesta nombres de columnistas. Igual comportamiento se verifica en lectores supuestamente más cualificados e interesados en los aspectos profesionales como son los estudiantes de periodismo. Éstos no son capaces de contestar

con nombres cuando se les pregunta sobre su modelo de profesional del periodismo.

Otra cuestión es la popularidad que alcanzan determinados profesionales de radio o televisión: la "fama" de tertulianos o de conductores de programas va únicamente ligada a sus apariciones en pantalla o ante los micrófonos. Muchos de ellos han sido directores de periódicos o revistas, periodistas especializados, cronistas parlamentarios; cualificación por cierto que les llevó a ser contratados como tertulianos, pero estos datos en orden a la popularidad son irrelevantes: cuando desempeñaban esos cometidos profesionales eran unos desconocidos, anónimos para el público. En todo caso, las tareas informativas tampoco proporcionan la misma popularidad en radio o televisión: por ejemplo, los enviados especiales, autores de las informaciones, no logran el mismo renombre que tertulianos o presentadores. Aunque en este caso incide también la continuidad de las apariciones.

El reconocimiento de la firma y lo que implica de prestigio profesional queda en el ámbito de los profesionales y de las fuentes. El anonimato del reportero, del redactor, no tiene explicación para los propios profesionales (16). Sólo lectores muy avisados, y escasos, son capaces de hacer un seguimiento de las firmas y distinguir las diferencias entre los profesionales, de un mismo medio o de varios.

El periodista firma para responsabilizarse de su trabajo frente a la audiencia, pero sabe que sólo repararán en ello las fuentes que se relacionan con él habitualmente y los colegas. Con relación a estos últimos, se trata de un acto de autoafirmación: quiero que el colega mida la calidad de mi trabajo, lo que he conseguido en el mismo ámbito, cómo he logrado acceder a determinada fuente o dato que el resto de competidores no ha logrado.

A modo de conclusiones

La falta de reconocimiento de la autoría de las informaciones supone el anonimato de los profesionales de la información que elaboran las noticias de primera mano. Excepto para los colegas y para las fuentes directamente relacionadas con el periodista o con su área de especialización, los autores de las noticias son anónimos; tanto da que se trate de reporteros de sucesos como de especialistas en política o economía cuyos textos añaden explicación o información tan relevantes como los datos.

Sin embargo, ello no equivale a que en el ámbito profesional los textos informativos estén despersonalizados. La impronta de los autores es muy importante y atañe al fondo y a la forma. La paternidad de muchas informaciones corresponde casi en exclusiva a su autor: al redactor o reportero.

El trabajo de redactor no está tan supeditado a los equipos directivos de las redacciones como los teóricos pretenden. Hasta el punto de que la labor del *gatekeeper* no abarca a todos los textos que cada día divulga un medio de comunicación, sino que prácticamente quedan fuera de su jurisdicción los que cada día producen los reporteros o redactores acreditados cuyas noticias o reportajes no son sometidos a la evaluación general y prácticamente tienen garantizada la difusión. A los responsables de la edición les basta el crédito de la firma. Esto significa que no es tan omnívota la intervención de los *gatekeeper* en el contenido de los medios.

Es difícil de justificar la infravaloración de las firmas; es decir, de los creadores de textos noticiosos, teniendo en cuenta la trascendencia que tiene la información. Y es incongruente con la importancia que se da a la profesión periodística como se pone de manifiesto en los numerosos estudios sobre los perfiles sociales, formativos, políticos, de modelos de vida, etc., que se han realizado sobre los profesionales de los medios.

¿Significa este desentendimiento de la autoría de las informaciones que los lectores son incapaces de reconocer diferencias entre el trabajo de distintos profesionales cuando, incluso, unos son buenos y otros malos? (17). ¿Significa que ha impregnado a las audiencias la teoría de que lo único que cuenta es el medio, la cabecera?

El anonimato de los periodistas tiene cada vez menos justificación. Mientras en todas las actividades económicas, políticas se intenta evitar la desaparición del anonimato y se promueve la exigencia de responsabilidades a los individuos –por cierto, a los únicos que cabe demandarles comportamientos

éticos– resulta inconsecuente que se menosprecie la importancia de la labor individual en una tarea de tanta trascendencia como es la información.

Bibliografía

BALLE, F.: *Et si la presse n'existait pas...*, Jean Claude Latte, 1987

BEZUNARTEA, O.: *Noticias e ideología profesional*, Ediciones Deusto, 1988.

DIEZHANDINO, P.; BEZUNARTEA, O. y COCA, C.: *La élite de los periodistas*, Servicio Editorial de la UPV, 1994.

FISHMAN, M.: *La fabricación de la noticia*, Tres Tiempos, 1983.

GANS, H.: *Deciding What's News*, First Vintage Book, 1980.

GARCÍA DE CORTÁZAR, M. Y GARCÍA DE LEÓN, M.A. (coord.): *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*, CIS, Madrid, 2000.

GOMIS, L.: *Teoría del Periodismo*, Paidós, 1991.

GRIJELMO, A.: *El estilo del periodista*, Taurus, 1997.

HOHENBERG, J.: *Ciencias y técnicas de la información*, Interamericana, 1982.

MANNING WHITE, D.: «The Gatekeeper; a case study in the selection of News»; *Journalism Quaterly*, 27, 1950.

NÚÑEZ LADÉVÈZE, L.: *Introducción al periodismo escrito*, Ariel Comunicación, 1995.

ORTEGA, F. y HUMANES, M. L.: *Algo más que periodistas*, Ariel, 2000.

SÁNCHEZ NORIEGA, J. L.: *Crítica de la seducción mediática*, Tecnos, 1997.

SIGAL, L.V.: *Reporteros y funcionarios*, Gernika, 1978.

SCHUDSON, M.: *Discovering The News*, Basic Books, 1978.

TUCHMAN, G.: *La producción de la noticia*, Gili, 1983.

TUNSTALL, J.: *Journalists at work*, Constable, 1971.

Notas al pie

[1] Las propias entidades políticas al más alto nivel, como la UNESCO (1983) o el Consejo de Europa (1990) han dictado resoluciones, como *Los Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo*, que ponen de relieve la función social de la información y los deberes y limitaciones que ello les reporta a las empresas de medios.

[2] Una de las señas de identidad de la sociedad actual, la Sociedad de la Información, es precisamente el que la información es poder.

[3] Fue David Manning White quien en «The Gatekeeper; a case study in the selection of News», *Journalism Quaterly* (1950, 27) describió el papel de *Mister Gate*, cuando tenía que tomar la decisión de publicar sólo el 10 por ciento del material que le hacían llegar las agencias de prensa: sencillamente lo que cabía en las columnas de su periódico. Tunstall juzgaba que junto a los "prejuicios" de *Mister Gate*, o las pautas empresariales, era la presión del tiempo, además del

espacio, la que influía en sus decisiones (Tunstall, J., 1971).

.....

[4] Gomis, Luis (1991): *Teoría del Periodismo*, Paidós, pág. 76.

.....

[5] Aunque pueda parecer anecdótico, conviene dar una significación más relevante al hecho de que no haya emisora de radio que no "lea" cada mañana los periódicos para sus oyentes. El caso más paradigmático es el que se produce con los magazines rosa de televisión que dedican amplios espacios a comentar los contenidos de la publicación de las revistas, a pesar de lo "antitelevísivo" que resulte que por razones de *copyright* no puedan reproducir imágenes, salvo las de las portadas de las publicaciones impresas.

.....

[6] Jeremy Tunstall (1971) establece una distinción básica entre los profesionales que intervienen en la confección de un medio informativo: *gatherers* y *processors* y añade que el concepto de *gatekeeper* implica a quienes intervienen en el procesamiento del material periodístico, más que a quienes obtienen las noticias.

.....

[7] Sánchez Noriega, J. L. (1997) *Crítica de la seducción mediática*, Tecnos, pág. 53.

.....

[8] Hohenberg, J. (1982) *Ciencias y técnicas de la información*, Interamericana.

.....

[9] Gallego-Díaz, S., *El País*, 30-10-1994.

.....

[10] Sánchez Noriega, J. L., *op. cit.*, pág. 66.

.....

[11] En *La elite de los periodistas* (Diezhandino y otros, 1994) se explica cómo los periodistas consultados, al plantearles el dilema especialista-generalista, en general abogaban por esta última figura, entre otras cosas, por puro pragmatismo (temen que la redacción cierre demasiado al periodista en su propio círculo).

.....

[12] Autores como Jeremy Tunstall, Mark Fishman, Leon V. Sigal, Gaye Tuchman y Herbert Gans realizaron en los años 70 del pasado siglo diversos estudios que siguen siendo una referencia sobre los periodistas y las fuentes informativas: la importancia y características de sus relaciones y su incidencia en la producción periodística.

.....

[13] Lo que no significa que tal cometido sea inquietante: «¿Cómo no temer que el flujo incesante de informaciones no dé, al menos a alguno, el sentimiento de una gran impotencia ante las realidades impenetrables y cara a los que son investidos del poder de hablar por los otros?», se pregunta Francis Balle (1987) en *Et si la presse n´existait pas...*

[14] Balle, F., *op. cit.*.

[15] Escribe Álex Grijelmo que las informaciones que se firman, sobre todo las de cierta exclusividad o elaboración propia, se justifican porque el lector tiene derecho a conocer quién les traslada los acontecimientos y también evita incoherencias de los propios autores. Firmar significa responsabilizarse del texto (Grijelmo, 1997).

[16] Aunque los periodistas son escépticos sobre su poder, al mismo tiempo, como resalta Félix Ortega, cuando se les pregunta por las razones que más contribuyen a su prestigio profesional señalan, en primer lugar, "la influencia en la sociedad" (Ortega, Félix, en *Profesionales del periodismo*, Marisa García de Cortázar y María Antonia García de León (coord.), CIS, 2000).

[17] El fenómeno del desinterés por los autores de las informaciones se podría comparar al que se produce sobre las tareas de selección u orientación de las informaciones, como muy acertadamente pone de relieve Núñez Ladevéze cuando describe cómo los lectores, radioescuchas o televidentes aceptan pasivamente la información que se recibe sin reparar en que aquello que parece obvio es el resultado de un complicado proceso de elaboración y que el relato podía haberse presentado de un modo totalmente distinto. Afirma que los usuarios de la información se limitan a recibirla, no a analizarla (Núñez Ladevéze, 1995).