

C. Benninghaus, D. Bering, R. Bessel,
C. Conräd, C. Eisenberg, P. Gay, T. Kühne,
T. Mergel, M. Niehuss, J. Requate,
H. Spode, R. Stichweh, R. Strobel

El hombre del siglo xx

Edición de Ute Frevert y Heinz-Gerhard Haupt

Versión española de:
José Luis Gil Aristu

Alianza Editorial

Capítulo sexto
EL PERIODISTA
Jörg Requate

Durango es el nombre de una localidad del norte de España próxima a Bilbao, a unos 20 kilómetros al sur de Guernica. Cuando estalló la guerra civil española, ambos lugares se diferenciaban poco el uno del otro en tamaño e importancia. Sin embargo, después de que la Legión Cóndor redujera Guernica a polvo y cenizas el 26 de abril de 1937, una de las dos poblaciones se convirtió en un símbolo: en el símbolo de la brutalidad de la guerra practicada por los alemanes, de la guerra moderna, simplemente, que desprecia al ser humano. ¿Y Durango? Su nombre ha seguido siendo lo que era: el de un lugar sin mucha importancia, escasamente conocido. En efecto, casi nadie sabe que Durango padeció casi lo mismo que Guernica. Pocas semanas después de la aniquilación de esta última localidad, el 31 de marzo de 1937, murieron allí 258 personas bajo las bombas de la Legión Cóndor en medio de un desconocimiento público casi absoluto. La diferencia se debió a un hecho tan sencillo como decisivo: en uno de los casos, hubo periodistas; en el otro, no. El 26 de abril, el día del bombardeo de Guernica, un pequeño grupo de corresponsales españoles y, sobre todo, extranjeros, se hallaba casualmente en Bilbao. Fueron testigos oculares, informaron, tomaron fotografías y difundieron el material. Sin la presencia de los periodistas extranjeros no se habría producido el suceso en la forma en que se conoce hoy.

Nuestro conocimiento real o supuesto del mundo depende, por tanto, en gran medida de si los periodistas informan sobre él y de cómo lo hacen. Esta dependencia es casi completa en el caso de acontecimientos considerados comúnmente de actualidad y en los que los propios medios son también los que tienen el poder definitorio para

determinar qué es actual. La función del periodista se ha descrito, pues, con cierta razón como la de un portero, la de una persona que decide quién o qué accede al conocimiento del público. Sin embargo, esa función es más activa que la de alguien que está sencillamente de «plantón», pues no sólo otorga o deniega, sin más, la admisión a quienes la han pedido, sino que arrastra, más bien, a la gente y sus actos a la luz pública cuando no quieren en absoluto aparecer bajo ella y, sobre todo, influye de manera esencial en cómo aparecen bajo esa luz las personas o los sucesos.

La función social resultante para los periodistas es por necesidad ambivalente. Difícilmente podrá extrañar, por tanto, que, en los relatos de ficción, el periodista aparezca predominantemente con dos cometidos contrapuestos: por un lado, como pieza de una inmensa maquinaria de manipulación que, por avidez de sensacionalismo, crea hechos o los trastoca según le parece más eficaz para el público. En el mundo del cine, el «modelo original» de este tipo de descripciones sigue siendo la representación del *Ciudadano Kane* de Orson Welles, inspirada en la carrera del magnate de la prensa William Randolph Hearst, con quien sólo unos pocos podían competir tanto por sus éxitos como por la exagerada estima que tenía de sí mismo. Por otro lado, sin embargo, el periodista representa también al prototipo del héroe moderno de la gran ciudad a quien se le concede una vez en la vida la gran oportunidad de pronunciar aquella frase legendaria: «¡Parad la rotativa!», aquel que en el último minuto y bajo su propia responsabilidad desenmascara a un alcalde, un senador o, incluso, un presidente; que no lucha sólo contra la corrupción o cualquier injusticia, sea la que fuere, sino también contra la ignorancia y la pusilanimidad de su propio director o del dueño del periódico. El cine norteamericano ha sido, una vez más, el que, en las décadas de 1920 y 1930 y también más tarde, erigió en otras películas al periodista como contrafigura heroica de la jauría manipulada y manipuladora de los plumíferos en las más diversas variaciones. Con la obra de teatro titulada *Primera plana*, filmada en 1931, los antiguos reporteros Ben Hecht y Charles McArthur levantaron un monumento a su anterior profesión. James Stewart en *Historias de Filadelfia*, Spencer Tracy en *Woman of the Year* (*La mujer del año*), Jack Lemmon en *Primera plana*, y muchos otros más, representaron a aquellos héroes del periodismo que, como los reporteros Bob Woodward y Carl Bernstein en el escándalo Watergate, parecían salidos directamente de una película y, como no podía ser menos, fueron llevados a su vez a la pantalla.

La función del periodista está mucho menos caracterizada en el cine europeo. Los aspectos tanto favorables como desfavorables del poder de los medios se expusieron de una forma especialmente precisa sobre todo en EE UU. Desde los últimos años del siglo XIX se pudo

y se puede decir en Europa que quien mira más allá del Atlántico está mirando al futuro del periodismo. Así, los mitos de la actividad periodística, que parecía encarnar como casi ninguna otra la modernidad y la vida urbana con todas sus ambivalencias, irradian su luz desde allí sobre Europa. Pero es que, incluso cuando nos ocupamos de la profesión periodística desde la perspectiva europea, nos resulta casi imposible no estar atentos a su evolución en Norteamérica. Los aspectos periodísticos de acontecimientos como el escándalo Watergate o la guerra de Vietnam no se limitaron, ni mucho menos, a Estados Unidos por sus consecuencias. Sin embargo, la imagen del desarrollo del periodismo en EE UU y Europa no se reduce a la de un precursor y unos seguidores. En los diversos países europeos se constituyeron más bien tradiciones caracterizadas tanto por las circunstancias generales como por las situaciones específicas de cada nación.

Desde su aparición a finales del siglo XVIII y principios del XIX, la profesión del periodismo ha experimentado notables cambios. Uno de los cortes más profundos en la historia del periodismo y en la profesión del periodista fue la irrupción de la prensa masiva comercial, que, en el caso de los grandes países industriales de Occidente, se puede fechar, aproximadamente, en los últimos años del siglo XIX. En aquel momento se echaron los cimientos de una evolución cuyos parámetros no han perdido su validez, a pesar de todos los cambios de detalle, al menos hasta que se impuso la comercialización de la televisión. El problema de cómo cambia el periodismo bajo la influencia de la comercialización ha perdido, pues, poca actualidad; por tanto, las condiciones que enmarcan la actividad periodística tendrán en las páginas siguientes una importancia fundamental. Esas condiciones no fueron sin embargo sólo económicas, sino que tuvieron así mismo, y al menos con igual importancia, un carácter político e incluso, en buena parte, mediático. Por decirlo con una pregunta concreta: ¿qué significaba para un periodista trabajar para un periódico de masas del conservador lord Northcliffe o para el republicano *Petit Journal*, para el *Vorwärts* socialdemócrata, para *Aktuelle Kamera* o para la *Bayerischen Rundfunk*? ¿Qué significó la aparición de nuevos medios para el trabajo concreto de los periodistas, pero también para la composición del grupo profesional? No obstante, junto a los efectos del marco de condiciones generales habremos de tratar también de la práctica concreta de la profesión periodística y, en especial, de las oportunidades y problemas del acceso a las informaciones y la manera respectiva de tratarlas. Al actuar así, dirigiremos la atención sobre una situación tan extrema como característica del siglo XX: la guerra. En la guerra se plantean con especial agudeza ciertos problemas relativos a la obtención de información independiente, la función pro-

pagandística del periodismo, el tratamiento de la información y la influencia de la presencia de los medios en la actividad de las personas observadas.

EL AUGE DE LA PRENSA DE MASAS

La historia de la prensa en el siglo XIX está estrechamente unida a la aparición y formación de los partidos políticos, no sólo en el ámbito continental europeo, sino también fuera de él. Los periódicos no sirvieron únicamente de multiplicadores de las opiniones, sino que, en no pocos casos, constituyeron además núcleos de cristalización en la formación de la opinión política. En este proceso, los periodistas políticos no se vieron a sí mismos, en general, como observadores de los enfrentamientos políticos sino como participantes activos. La idea de que la prensa no debía ser un componente directo de la maquinaria política sino su fiscalizadora, en el sentido de un cuarto poder, tuvo durante largo tiempo dificultades para encontrar un suelo fértil en el continente europeo. En Inglaterra se impuso una situación distinta: las posibilidades de expresar libremente la opinión habían sido allí desde muy atrás mucho más favorables que en el continente. En este país se había formado, además, desde fechas muy tempranas un sistema bipolar estable de partidos que dejaba comparativamente poco espacio para la creación de otros nuevos. Si la prensa política no quería verse reducida a la función de altavoz de los partidos ya existentes, debía liberarse de su estrecho abrazo. La función de ser un «cuarto poder» independiente, reclamada sobre todo por el *Times* para sí mismo y para la prensa en general, proporcionó y garantizó a largo plazo a la prensa la posición que ocupa hasta hoy en los Estados democráticamente constituidos —ahora, al lado de otros medios.

Por otra parte, la afirmación de ser políticamente independiente, o al menos «no partidista», resultó fundamentalmente más ventajosa para los periódicos, incluso desde un punto de vista comercial, que la fidelidad estricta a programa político concreto. Las oleadas de comercialización en la prensa en forma de fundaciones espectaculares de medios que intentaban llegar a nuevos grupos de lectores en diferentes momentos utilizando en cada caso métodos novedosos estuvieron vinculadas a menudo a una pretensión de no partidismo o de independencia. Eso no significa, en absoluto, que los periódicos de masas surgidos en diferentes países de Europa a finales del siglo XIX no adoptaran posturas políticas con mayor o menor claridad en el curso de su desarrollo. Las fundaciones de periódicos que deseaban aprovecharse por aquellas fechas de un mercado de lectores enormemente incrementado por la urbanización y la alfabetización supusie-

ron, sin embargo, a la larga una considerable ruptura en el desarrollo de la profesión y la práctica del periodismo, así como en la idea que los periodistas se hacían de sí mismos.

Esta ruptura está marcada por la aparición del concepto de *new journalism* en la década de 1880, tanto en Inglaterra como en EE UU. En opinión de sus críticos, bajo la idea de «nuevo periodismo» no se escondía en esencia otra cosa que un periodismo sensacionalista. Sin embargo, uno de los elementos más importantes del «nuevo periodismo» fue el reforzamiento de la importancia del reportaje, que permitió a reporteros ingeniosos y de buena pluma relatar historias interesantes y cargadas de dramatismo. A ello se sumó además una notable ampliación de los temas periodísticamente significativos —en función de un nuevo público apenas interesado por la política—. Con la aparición de periódicos de masas, como el *Berliner Lokalanzeiger*, el *Berliner Morgenpost*, el *Generalanzeiger für Hamburg-Altona* en Alemania, el *Petit Parisien*, el *Journal* o el *Matin* en Francia, el *Daily Mail*, el *Daily Mirror* o el *Daily Express* en Inglaterra, la prensa diaria quiso atraer a nuevas capas de lectores, principalmente con temas no políticos: asuntos diversos, deporte, moda, hogar, técnica y otros más. De todos modos, los periodistas de esa prensa se ocuparon también de manera especial del entorno local de los lectores y abordaron así mismo los problemas y el destino de aquella «gente corriente» que debía comprar los diarios. El grado de aplicación de esas actitudes, la forma en que los periodistas, al actuar así, modificaron sus prácticas y la idea que tenían de sí mismos y el margen de aceptación de ciertos temas concretos en función de unas intenciones de reforma social o, por el contrario, de estabilización del sistema, variaron mucho de un periódico a otro y de país a país.

Aunque en Alemania o Francia, por ejemplo, se habló mucho y reiteradamente hasta bien entrada la época de entreguerras de una americanización de la prensa —casi siempre en tono conminatorio y peyorativo—, la imitación de las tendencias norteamericanas fue en realidad escasa en todo el ámbito continental europeo, al menos en lo que respecta a las prácticas periodísticas desarrolladas en Estados Unidos. En el paisaje de la prensa continental europea era difícil imaginar a los periodistas intentando superarse unos a otros, como ocurría en Norteamérica, mediante reportajes sensacionalistas para cuya elaboración se introducían en determinadas instituciones y otras zonas arcanas de la sociedad a fin de informar desde dentro. Ello no se debía sólo a que en Alemania, por ejemplo —pero también en otros muchos países europeos—, la prensa seguía estando sometida a notables limitaciones legales todavía a comienzos del siglo xx o a que la comercialización y los procesos ligados a ella no se hallaban aún tan avanzados. Lo que demuestran sobre todo el caso alemán y el francés

es, más bien, hasta qué punto la práctica periodística y, por tanto, el talante de los periódicos, estaban determinados por la idea que los periodistas se hacían de sí mismos, caracterizada a su vez por la evolución específica de cada nación.

La estrecha vinculación entre actividad política y periodística surgió en la Revolución Francesa y que se había ido renovando constantemente por el frecuente cambio de sistemas políticos y modificaciones del paisaje partidista, hizo que el núcleo de la actividad periodística fuera la polémica, acerada hasta el extremo y expuesta en elegantes formulaciones. Para el escritor y periodista Léon Daudet, por ejemplo, la polémica representaba todavía en 1936 «el alma del periodismo», y el comentario era para él «la parte más eficaz de un periódico».

El periodismo alemán se mantuvo también alejado de las prácticas de investigación del norteamericano hasta bien entrado el siglo xx, a pesar de la comercialización y la aparición de una prensa de masas propia de las grandes ciudades a finales del siglo xix. Difícilmente se puede encontrar otro país donde la pretensión de no ser partidista —una pretensión con la que hizo su entrada en escena la prensa de los *Generalanzeiger* (periódicos con información general y anuncios) a finales del siglo xix— se equiparara como en Alemania con una «falta de convicciones». En la larga época de la censura y demás formas de mordaza impuestas a la prensa, esa pretensión se convirtió en farsa, pues, a menudo, el «no partidismo» sólo significaba en la práctica una simple reproducción sin comentarios de informaciones oficiales. Muchos periodistas consideraron un ataque a su «honor» que, en el preciso momento en que las instituciones políticas en Alemania comenzaron a poner, por fin, pocas trabas a la libertad de expresión, los intereses empresariales de los editores exigieran por su parte otras limitaciones. Aunque una información amplia y rápida pudiera ser importante incluso para el éxito económico del periódico y tener, por tanto, interés para el editor, la élite del periodismo alemán veía en el reportero un mal necesario que, en el mejor de los casos, realizaba ciertos trabajos de informante, pero que difícilmente constituía el núcleo de su profesión en el que poder fundamentar la idea que se hacían de sí mismos. Un credo periodístico como el formulado por quien había sido largos años director del *Daily Express* de Londres —«Noticias, noticias, noticias; eso es lo que queremos. Aunque uno escriba como Shakespeare, nada sustituye en un periódico a las noticias»— no habría sido posible en boca de un periodista alemán ni francés hasta bien pasada la mitad del siglo.

No obstante, la pretensión de la prensa de ser algo distinto de un altavoz de múltiples voces para los partidos políticos se vio sometida también a fuertes presiones en Inglaterra en la primera mitad del si-

glo xx. Alfred C. W. Harmsworth, más tarde lord Northcliffe, quien como primer magnate de la prensa británica de ese siglo dispuso de un poder publicístico sin parangón, se considera la persona que echó por tierra las barreras presuntamente existentes entre Downing Street y Fleet Street. Con ese tipo de grupos de prensa, creados también de manera parecida y por las mismas fechas en EE UU, Francia y Alemania, surgió una situación totalmente nueva en la relación entre prensa y política. Si hasta entonces los periódicos habían soltado sus amarras con los partidos pensando en un público más amplio y unas mayores oportunidades de ventas, los grupos de prensa, a los que pertenecía por lo menos un diario de masas de enorme tirada —cuando no varios—, constituyeron en ese momento una notable reserva de poder independiente en el terreno de la publicística. Las diferencias en el modo y manera en que los respectivos dueños de los grupos —tanto si se llamaban Northcliffe, Rothermere o Beaverbrook en Inglaterra, como Huck, Moose o Hugenberg en Alemania, Hearst en EEUU, o, en condiciones mediáticas completamente nuevas, Berlusconi, Kirch o Murdoch— utilizaban ese potencial o se abstendían de hacerlo eran enormes. El considerable abanico de posibilidades iba desde una inhibición política extrema hasta la búsqueda masiva de sus propios intereses políticos, pasando por un apoyo más o menos discreto a alguno de los partidos políticos existentes. Lord Northcliffe, que mantenía vínculos estrechos con el primer ministro británico Lloyd George, fue quizá el primer jefe de un grupo de prensa, aunque no el más desconsiderado, que puso en la balanza su peso publicístico con intenciones políticas.

Pero el periodo de entreguerras no se caracterizó sólo en Inglaterra por toda una serie de intentos de transformar deliberadamente en influencia política el éxito comercial de los periódicos. Ciertas ideas sobre la ductilidad de las masas, como las defendidas sobre todo por Gustave Le Bon, encontraron un enorme eco precisamente en ese periodo y debieron de haber inspirado muy en particular a quienes trabajaban desde distintos campos por convertir los medios de comunicación en instrumentos contundentes de propaganda.

Sin embargo, a pesar de todas las posibilidades de influencia de que disponían y siguen disponiendo los dueños de los grandes grupos de prensa y medios de comunicación, no hay ningún motivo para mistificar su poder. Cuando lord Rothermere asumió en la década de 1920 el imperio editorial de Northcliffe e intentó poner en juego sus periódicos para apoyar al fascismo británico y europeo, el resultado fue desastroso. Beaverbrook, que ejercía sin duda una notable influencia política sobre sus periódicos, lamentablemente fracasó también en su intento de contribuir al éxito de su propio partido, el *United Empire Party*. En Alemania, el imperio de prensa de Hugen-

berg, con sus múltiples ramificaciones, contribuyó indiscutiblemente a fomentar el desgaste de la república de Weimar y a desplazar hacia la derecha el sistema de coordenadas, pero también él falló en su verdadero objetivo político.

A pesar de la proximidad en las condiciones contextuales, lo que vemos aquí es que los periodistas de Inglaterra seguían definiéndose de manera claramente distinta de los de Alemania o Francia. En Alemania no llegó a imponerse realmente la idea de no partidismo entre los periódicos del tipo de los *Generalanzeiger*. A raíz de los avances de la política de masas, los partidos —principalmente el SPD y el Zentrum, pero también los liberales y los conservadores— se hicieron con una sólida base publicística recurriendo a una prensa partidista propia o utilizando la influencia y la colaboración informales. Sin embargo, el amplio abanico de los partidos de la República de Weimar, con sus posiciones fundamentalmente contrapuestas, dejaba poco espacio al periodismo para elaborar una idea de la independencia periodística según el modelo angloamericano. Lo mismo ocurría con Francia. Así, la concepción del periodismo en Alemania y Francia —y, en general, en la prensa continental europea— siguió caracterizándose hasta bien entrado el siglo xx por la lucha en torno a las ideas políticas y sólo en segunda instancia por la caza de las últimas noticias.

EL PERIODISMO EN LAS DICTADURAS

El campo de acción en que los periodistas podían definir su función fue, como es de imaginar, sumamente reducido en las distintas dictaduras europeas del siglo xx. Entre las llamadas «profesiones liberales», el periodismo fue, sin duda, la que quedó más fuertemente incorporada al correspondiente aparato de poder —con independencia del tipo de dictadura—. Su misión era apoyar al régimen imperante y contribuir así de manera fundamental a su legitimación. Ese cometido se puso a prueba en la Primera Guerra Mundial, cuando la mayoría de los gobiernos comprometidos procuraron influir por primera vez en las masas con todas sus fuerzas y exigieron a los periodistas la puesta en práctica de esa influencia. Las posteriores dictaduras hicieron de aquel ensayo un pilar de sustentación propagandístico que sirviera para garantizar su dominio. Uno de los países pioneros en este sentido fue la Italia fascista de Mussolini, quien determinó mediante múltiples normas quién debía ejercer el oficio de periodista y cuáles eran sus tareas. El nacionalsocialismo actuó de manera similar. En este caso, los periodistas estaban sometidos en la práctica al ministerio de Propaganda.

La función del periodista estuvo también claramente definida en las dictaduras comunistas de posguerra. En este caso, la conocida fórmula leninista que definía a los medios como «organizadores, agitadores y propagandistas colectivos» comprometió también inequívocamente la función del periodista con la doctrina del partido. Pero el Estado que se dispuso con especial esmero —y, además, con un éxito contundente— a no dejar nada a la casualidad, desde el reclutamiento hasta la vigilancia constante y la regulación del lenguaje, pasando por la formación, fue sobre todo la RDA. La estructura de las emisiones de noticias en la RDA, escribía con sarcasmo Stefan Heym en 1977, «carecía de complicaciones y era, al mismo tiempo, de una uniformidad tranquilizadora». En vez de noticias reales había «fórmulas de conjuro» que hablaban de «cambios profundos», «realizaciones plenas», «amplio reconocimiento» y «aprobación de millones de ciudadanos».

En todas las dictaduras hubo, sin duda, ciertos nichos que permitían a los periodistas, al menos, algún pequeño ámbito de acción, por ejemplo en el *Frankfurter Zeitung*, durante el nazismo, o en el *Sonntag*, en la RDA. También es cierto que, volviendo la vista atrás, resulta a menudo difícil juzgar hasta qué punto esos ámbitos de libertad no fueron tan sólo «terrenos de juego» concedidos con premeditación y, por tanto, propagandísticamente provechosos. Muchos datos nos llevan, no obstante, a pensar que, aunque estuvieran consentidos de forma deliberada, esos ámbitos de libertad desarrollaron cierta vida propia que no pudo ser controlada del todo y ofrecieron algún punto de partida para una «opinión pública discrepante». Sin embargo, las mínimas desviaciones provocaban casi siempre extenuantes enfrentamientos entre periodistas y censores, sin que se llegara a una oposición real. La periodista de la RDA Gislinde Schwarz describió con exactitud esa guerra menor cuando dijo: «Así se nos permitía creer que luchábamos». Se trataba de una guerra particular que proporcionaba a los periodistas no adaptados del todo el sentimiento de que podían conseguir pequeños ámbitos de libertad, al menos en determinados terrenos parciales, y en la que cualquier éxito mínimo distorsionaba un poco más la visión de lo absurdo de la totalidad del sistema.

LA IMPORTANCIA DE LOS «NUEVOS» MEDIOS PARA EL PERIODISMO

El periodismo fotográfico constituyó desde su aparición un género periodístico completamente nuevo al que se ha dedicado un número de estudios sorprendentemente escaso. La fascinación de la fotografía, al igual que su carácter problemático, se basa en la autenticidad

dad inmediata que, al parecer, proporciona y que, en una situación ideal, consigue condensar circunstancias complejas en una imagen única y cargada de simbolismo. El periodismo fotográfico recibió un decisivo impulso innovador a finales de la década de 1920 precisamente en Alemania —que, como sabemos, no fue lo que se dice un país pionero en la historia de la prensa—. La historia del periodismo fotográfico se remonta a la guerra de Crimea. Por entonces, sin embargo, cada fotografía requería un notable gasto, debido a los aparatos técnicos necesarios para realizarla, además de la colaboración activa de las personas fotografiadas.

Esta situación comenzó a cambiar, en primer lugar en Alemania, en los años veinte. Para ello fue decisiva, por un lado, la invención de las modernas cámaras manuales que permitían tomar fotografías sin ningún impedimento en casi cualquier circunstancia. A ello se sumó, por otro lado, la formación de un círculo de fotógrafos en torno a las revistas *Berliner Illustrirte* y *Münchener Illustrirte Presse*. Los miembros de aquel círculo eran en su mayoría jóvenes sin nada en común con el sector del periodismo de prensa tradicional, ni por su pertenencia al medio ni por la conciencia de su profesión, y que fueron los primeros en aprovechar las posibilidades que brindaban aquellas cámaras. A finales de la década de 1920 se formó, con hombres como Erich von Salomon, Stefan Lorant y André Friedmann, famoso más tarde con el nombre de Robert Capa, aquel tipo de reportero irrespetuoso existente ya desde hacía tiempo en el periodismo diario angloamericano. Cuando Erich von Salomon introdujo furtivamente su cámara en un juicio y obtuvo a escondidas fotografías de un proceso sensacional, o cuando André Kerstesz hizo furor con su reportaje fotográfico de unos monjes trapenses completamente apartados del mundo, aquel tipo de periodistas se estaba internando con audacia y una gran riqueza de ideas en terrenos que los reporteros angloamericanos habían conquistado hacía ya tiempo. Hacerlo con la cámara constituyó, sin embargo, una innovación que penetró poco a poco desde Europa en EE UU. A diferencia de sus colegas redactores, una parte muy importante de los reporteros fotográficos —entre ellos casi todos los que trabajaban para el *Deutschen Photodienst (Dephot)*— emigró después de 1933 sobre todo a Estados Unidos; la razón que les permitió tomar esta decisión fue, sin duda, el lenguaje internacional de la fotografía, aunque no de manera exclusiva. En los pocos años transcurridos entre 1929 y 1933 se creó en Alemania una tradición de periodismo fotográfico independiente que halló su continuación más importante en la agencia norteamericana Magnum, a veces con una continuidad directamente personal.

Si el auge del periodismo fotográfico partió de un país donde la libertad de prensa estaba poco arraigada se debió, en especial, a que

las imágenes eran menos controlables como «información» que los textos escritos o hablados. Mientras los periodistas escritores dependían en gran parte de que se les proporcionara información en conversaciones, a los periodistas fotográficos les bastaba hasta cierto punto con un único disparo de la cámara para crear una imagen dotada de valor simbólico. Sin embargo, la dificultad que suponía controlar la imagen tenía también su contrapartida, pues significaba que las fotografías unían una supuesta autenticidad a una posibilidad de manipulación. El hecho de que ciertas fotos famosas hayan sido reto-cadas sin perder por ello su atractivo es tan conocido como el que en las fotografías soviéticas, por ejemplo, se eliminaba también mediante retoques a los camaradas caídos en desgracia. En cualquier caso, dadas las nuevas posibilidades de «diseñar» casi por completo una foto con medios informáticos, se plantea la pregunta de si habrá que atribuir algún grado de autenticidad a las fotografías del futuro.

Si descontamos el hecho de que la aparición de la radio y la televisión proporcionaron nuevos ámbitos a la profesión de periodista en el siglo xx, la historia del periodismo radiotelevisivo se asemeja en muchos aspectos a la del periodismo de prensa. Lo que llama la atención en esos casos es que la aparición de todos los medios nuevos volviera a despertar la necesidad de establecer controles, incluso en los Estados concebidos democráticamente. Sólo Estados Unidos, donde no existía en la práctica una tradición de control estatal de la prensa, dejó en buena medida la radio y la televisión en manos privadas ya desde sus primeros tiempos. En cambio, en el continente europeo, se produjo de manera general ya desde el principio o tras una breve fase de lanzamiento un intento de mantener dentro de lo posible los nuevos medios bajo control del Estado.

En ese terreno, la variante periodísticamente más productiva fue, con ventaja, el modelo inglés. El gobierno británico, decidido a no seguir el camino norteamericano de una completa liberalización, instituyó en 1923 una comisión que recomendó el control de la radio por parte del Estado. Como era difícil implantar una radio auténticamente estatal en la patria de la libertad de prensa, se creó una nueva comisión, que acabó elaborando el modelo que sentó las bases definitivas para el periodismo de calidad de la BBC, es decir, un medio bajo control público, pero periodísticamente independiente. No tardó en darse una situación que puso a prueba esa independencia. Durante la huelga general de 1926, que afectó también a la prensa, Churchill, entonces ministro de Hacienda, quiso utilizar la BBC contra los huelguistas. Sin embargo, el director de la radio pública, John Reith, se negó y obtuvo finalmente el respaldo del primer ministro, Baldwin. De ese modo se creó el marco de condiciones para que en la BBC se pudiera desarrollar un periodismo que es-

tablece pautas de calidad —primero en la radio y, luego, en la televisión.

En la República Federal, el desarrollo de los medios de comunicación, sobre todo el de la radio en los años posteriores a la guerra, se benefició indiscutiblemente de la fuerte influencia inglesa. Un buen número de periodistas, principalmente de las emisoras Norddeutsche Rundfunk y Westdeutsche Rundfunk, siguieron el camino de sus modelos británicos y oponiéndose claramente a la idea de una radio y una televisión estatales como las imaginadas por Konrad Adenauer. A diferencia de Francia, donde Charles de Gaulle y su ministro de Información Alain Peyrefitte, que ocupó el cargo desde 1962, consiguieron hacer de la televisión un instrumento de la política del gobierno y dejaron poco juego a la oposición, los planes similares de Adenauer fracasaron sobre todo por la intervención del Tribunal Constitucional. Sin embargo, el predominio de los partidos en los organismos de radio y televisión no sufrió por ello ningún quebranto. Su influencia sobre el periodismo político de los medios de derecho público de la República Federal, mantenida hasta hoy, es en cierto sentido una prolongación de la tradición de la prensa partidista que caracterizó el panorama periodístico alemán desde el siglo XIX. Los ajustes más o menos delicados en la distribución del peso político siguen siendo un asunto de todos los días en la concesión de puestos periodísticos de importancia en cada una de las instituciones de la radiotelevisión pública. Esta circunstancia ha servido a los representantes de la televisión privada como un argumento oportuno para perfilar su propia «independencia» política y responder así a los reproches de dependencia comercial. No es este el lugar de examinar en detalle la comercialización de la televisión. Sin embargo, desde una perspectiva histórica, se imponen dos observaciones: por un lado, el debate sobre la comercialización y la supuesta americanización recuerda en muchos aspectos, especialmente en Alemania, al mantenido sobre la comercialización de la prensa a finales del siglo XIX. Por otro, la enérgica y temprana contraposición entre televisión pública y privada que se pudo observar de manera especial en la República Federal —por comparación con otros países—, parece haberse suavizado poco a poco. Lo mismo podemos decir al hablar de las formas y prácticas periodísticas. En este sentido es conocida, sobre todo, la queja por la penetración del llamado «infoentretenimiento» (*infotainment*) incluso en la televisión pública. Sin embargo, no hay que perder de vista, por otro lado, que la credibilidad ha sido reconocida como un bien capaz de generar mercado de manera nada desdeñable precisamente en el periodismo político. El esfuerzo de las emisoras privadas por ganarse a destacados periodistas del sistema público es uno de los indicios que aluden a ese proceso.

OPORTUNIDADES DE ACCESO
A UNA PROFESIÓN SUPUESTAMENTE ABIERTA

A diferencia de lo que ocurre, por ejemplo, con médicos, abogados, farmacéuticos o ingenieros, el «periodista» no pertenece a una categoría profesional protegida. Aunque desde finales del siglo xix haya habido continuamente propuestas para crear en diferentes países escuelas de periodismo —y a pesar de que a finales del siglo xx parecen hallarse sólidamente establecidas—, en la mayoría de ellos no existe hasta hoy una carrera reglamentada para la formación de periodistas. Un control de ese tipo al acceso a la profesión periodística, impuesto por el Estado o por asociaciones profesionales, sería sencillamente incompatible con el principio de la libertad de prensa y opinión. Así pues, en este caso, no parece plantearse la cuestión de una profesionalización en sentido estricto, pues su fundamento esencial consistiría en controlar el acceso a la profesión. Desde una perspectiva sociohistórica habría que preguntarse, entonces, qué consecuencias tuvo para la composición real de la profesión la ausencia de un control institucional. ¿Ofrecía el periodismo oportunidades específicas de ascenso social? ¿Qué significaba el carácter supuestamente abierto de la profesión, en especial para las mujeres? Si la profesión hubiera sido realmente tan abierta como tan a menudo se suponía, las posibilidades de ejercer una actividad casi académica en el periodismo tendrían que haber sido comparativamente altas en el caso de las mujeres, sobre todo porque para ello no se necesitarían títulos académicos, al menos en sentido formal. Es sabido que, desde finales del siglo xviii, fueron cada vez más las que se dedicaron al periodismo. Y, realmente, las oportunidades que se les presentaban de conseguir con ayuda de la «pluma» una posición profesional propia fueron mayores que en otras actividades académicas, sobre todo porque las fronteras entre la actividad literaria y la periodística solían ser aún bastante fluidas. Con Therese Huber, Louise Otto Peters, Fanny Lewald, George Sand, Jane Austen o George Eliot hubo a lo largo del siglo xix en muchos países europeos todo un grupo de mujeres que tomaron la palabra en público como escritoras o periodistas —en parte con seudónimo masculino—. Sin embargo, resulta difícil confirmar la hipótesis de que el periodismo pudo servir de puerta de acceso al mundo profesional burgués.

Por lo que respecta a los años del paso del siglo xix al xx se puede llegar a la conclusión, al menos para Alemania, de que, a pesar de las quejas de que el periodismo era un terreno de actividad para existencias fracasadas, las redacciones de los periódicos de importancia media y alta seguían hallándose firmemente en manos de hombres que, en un alto porcentaje, habían realizado un doctorado y, además, pro-

cedían predominantemente de la clase burguesa. Para acceder a la profesión se desarrollaron mecanismos informales en los que los contactos personales y las recomendaciones, junto con el capital social y cultural, desempeñaban una función importante; es decir, mecanismos que excluían a las mujeres y a los solicitantes que no pertenecieran a la clase burguesa de manera no menos clara que las normativas formales.

Sin embargo, con la expansión de la prensa en los últimos años del siglo XIX y primeros del XX, se produjo también una apertura social de la profesión periodística. Al ampliarse la gama de temas tratados y el círculo de los destinatarios aumentaron también las oportunidades de quienes no poseían una formación académica ni tenían ambiciones literarias de más alcance para afirmarse en el periodismo. Esta apertura social de la profesión se atuvo, no obstante, a su vez a esquemas claramente reconocibles. La independización del mercado de la prensa creó campos de actividad periodística incompatibles o escasamente compatibles que proporcionaron a determinados grupos posibilidades de acceso a unas ramas periodísticas concretas pero, al mismo tiempo, les obligaron a limitarse a ellas. Esto se comenzó a percibir de manera evidente en la prensa política: un sacerdote católico sólo podía ser redactor en un periódico católico. Durante mucho tiempo, los obreros sólo tuvieron la posibilidad de ser redactores en un diario obrero. Pero la segmentación se aplicó también a otros ámbitos. Una formación mercantil podía permitir el acceso a una sección dedicada al comercio, pero no tanto a la sección política de un periódico. Un antiguo deportista podía trabajar como periodista de deportes —como puede hacerlo también hoy—. En este sentido, podemos ver también cómo los despachos de redacción de la prensa diaria entreabrieron por primera vez sus puertas a las mujeres. Pero hasta que los diarios no establecieron secciones fijas para moda, hogar y otros de los llamados «temas femeninos», no comenzaron a contratar también mujeres para cubrirlas. De todos modos, otros campos temáticos les estuvieron ampliamente vedados hasta bien entrado el siglo XX.

Por lo que respecta a EE UU sabemos que, a principios del siglo XX, tanto mujeres como hombres sin formación concreta ni estudios académicos se hicieron un nombre gracias a sus espectaculares reportajes. A diferencia de lo que ocurría en el continente europeo, la actividad reporteril era la manera habitual de acceder a la profesión antes ya de los primeros años del siglo XX, tanto en Inglaterra como en Estados Unidos. No daremos aquí cifras concretas, pero hay muchos datos que demuestran que, en los países anglosajones, el trabajo de reportero, basado menos en la erudición que en unas dotes de ingenio y observación, aumentaba fundamentalmente las

posibilidades de ascenso social frente a aquellos países donde los reporteros eran los parias del periodismo. Por tanto, el camino que llevaba del reportaje al periodismo permaneció en general cerrado, sobre todo para las mujeres de Europa continental, pues esa forma de actividad periodística no tenía allí un mercado ni unos modelos. Es cierto que, durante la Segunda Guerra Mundial, hubo todo un grupo de mujeres en terrenos periodísticos masculinos que llegaban, incluso, hasta el de la información de guerra, tanto en la Alemania nazi como en Inglaterra o EE UU. Esta incursión en el mundo profesional de los hombres no pasó de ser, como en otros ámbitos, un episodio condicionado en gran medida por la guerra.

Por último, la segregación entre las secciones «duras» de los hombres y las «blandas» de las mujeres se ha mantenido hasta hoy con una enorme estabilidad, según atestiguan algunas cifras de comienzos de la década de 1990. Las periodistas están excesivamente representadas, no sólo en cifras absolutas sino también porcentualmente, en las secciones de consejos/servicios (un 64,4 por ciento de mujeres, frente a un 35,5 de hombres), sociedad/familia (un 53,9 por ciento frente a un 46,1) y entretenimiento (un 51,8 por ciento frente a un 48,2), mientras que el campo de la política (un 74,2 por ciento de hombres frente a un 25,8 de mujeres) y la economía (un 77,5 frente a un 22,5) y, sobre todo, el de la producción y la organización (un 79,6 frente a un 20,4), siguen siendo claramente ámbitos masculinos.

Volviendo de nuevo a la cuestión de la profesionalización, podemos ver que a la apertura que se daba por principio en la profesión se le superpusieron un buen número de mecanismos informales que activaron hasta cierto punto procesos de profesionalización informal, es decir, niveles de formación, práctica y comprensión de la propia actividad impuestos informalmente. Aunque nos faltan cifras concretas sobre la composición social y el proceso de formación de los periodistas en cada uno de los países, no podemos dar por supuesto que la idea de una desvinculación de la formación académica, puesta de manifiesto de vez en cuando, haya acabado triunfando a la larga. La importancia de la formación académica pasó a ocupar un segundo plano frente a criterios como el del gusto por la experimentación y las iniciativas ingeniosas, sobre todo tras la Segunda Guerra Mundial, cuando, a una con la prensa, se expandieron primero la radio y luego la televisión. Sin embargo, hay muchas razones para creer que la importancia de la preparación académica ha ido en aumento para la mayoría de las secciones periodísticas en la medida en que existe una demanda de universitarios dentro de la profesión. Los estudios de publicística científica y las escuelas de periodismo desempeñan, sin

duda, una función creciente en la formación, sin que se hayan cerrado realmente otras vías de acceso.

LA INFORMACIÓN DE GUERRA
COMO SITUACIÓN EXTREMA DEL TRABAJO PERIODÍSTICO

«A los periodistas que quieran informar con actualidad y objetividad no se les ha perdido nada en la guerra», escribió de manera apodíctica Michael Kunczik, estudioso de los medios de comunicación, en vista de la experiencia de las informaciones sobre la guerra del Golfo. Las transmisiones del canal norteamericano de televisión CNN, que al comienzo de la guerra hizo furor por tener en Peter Arnett al único corresponsal occidental a quien se permitió permanecer en Bagdad, evidenciaron pronto, más que ninguna otra cosa, hasta qué punto el material que los militares pusieron a disposición de los periodistas televisivos hizo que ellos mismos se dejaran impresionar, asimilar y, finalmente, utilizar para fines propagandísticos. No tardaríamos mucho en aceptar de manera unánime que las situaciones bélicas ofrecen las condiciones más difíciles imaginables para escribir con «objetividad» bajo la presión de la actualidad, pues, por lo general, el acceso a las informaciones en la guerra no está sólo limitado sino, incluso, deliberadamente manipulado. Desde el punto de vista de los militares, es comprensible que, por un lado, se impida al enemigo acceder a datos importantes a través de la información de prensa; además, el tipo de información dada es fundamental para conseguir el apoyo a la guerra en el «frente interior». Desde la aparición de la prensa de masas, el manejo de la información y la influencia sobre los medios forman parte, pues, de manera inmediata de la dirección de la guerra.

Sin embargo, ¿se deriva de ahí que los periodistas hayan de renunciar por completo a informar directamente sobre ella? Tal exigencia resulta cuestionable por la sencilla razón de partir de la idea de que, para los periodistas, la situación bélica difiere completamente de sus otros tipos de actividad. Se supone tácitamente que, en situaciones «normales», la información objetiva es posible sin limitaciones, con tal de que la obtención independiente de noticias, las posibles funciones propagandísticas del periodismo o los efectos de la presencia de los medios en las acciones de las personas observadas no constituyan ningún problema. Pero, en realidad, los problemas de la actividad periodística son precisamente éstos, aunque en la guerra se plantean con especial extremosidad. Así pues, el periodismo de guerra es particularmente idóneo para explicar en general algunos de esos problemas básicos.

Información y propaganda

Los que escriben sobre la historia del periodismo de guerra no pueden menos de comenzar hablando de William Howard Russel, el corresponsal del *Times* en la guerra de Crimea. Su actividad como reportero fue algo así como la experiencia primigenia del corresponsal de guerra moderno. Lo que escribió Russel sobre el conflicto bélico en la península de Crimea hizo que la guerra y la dirección de la misma por su propio país fueran por primera vez objeto de debate. Los efectos de las descripciones de Russel sobre el lastimoso equipamiento de los soldados ingleses y los errores, a veces catastróficos, de los jefes del ejército en la toma de decisiones permitieron ver con claridad qué era capaz de conseguir el periodismo de guerra. Paradójicamente, el éxito de Russel se basó, en gran parte, en que los militares se negaron decididamente a colaborar de cualquier manera con el corresponsal del *Times*. En efecto, al actuar así, Russel dependió por completo de sí mismo y, en vez de las informaciones pintadas de color de rosa por los militares, vio cara a cara con toda claridad y personalmente los problemas y las víctimas. Aunque el ejército intentó dejar a Russel totalmente fuera de juego negándose no sólo a conversar con él, sino también a prestarle cualquier ayuda en forma de suministros, el periodista consiguió proveerse constantemente no sólo de lo necesario para vivir, sino también de informaciones. Russel las consiguió sobre todo de los soldados, víctimas de aquella situación caótica. Había nacido así el mito del periodista de guerra, a cuya elaboración contribuyó decididamente el propio Russel; y militares y políticos sacaron la oportuna lección de aquel hecho. Ningún periodista debía moverse jamás con tanta libertad como Russel en una guerra en la que participara Inglaterra, que, no obstante, era la patria de la libertad de prensa.

Apenas medio siglo después, al estallar la Primera Guerra Mundial, todos los países europeos recurrieron como una de las primeras medidas a la imposición de una censura rigurosa que consideraron, en cierto sentido, algo natural. La situación inglesa se distinguió, sin embargo, de la del resto de Europa. El gobierno y la dirección militar se vieron sometidos a presiones para proporcionar información, no sólo por la tradición de la libertad de prensa, sino también por la idea que los periodistas tenían de sí mismos y por su sólida práctica de esforzarse activamente para conseguir información. Esas presiones fueron más fuertes que en Alemania o Francia, donde los periodistas estaban más familiarizados con las restricciones impuestas a la política informativa. Después de que los periodistas ingleses encajaran el gran golpe de un reportero norteamericano que dio la noticia de la ocupación de Bélgica por los alemanes con 24

horas de adelanto sobre todos los demás, algunos de ellos comenzaron a unirse para hacerse por su cuenta una idea de la guerra e informar acerca de ella. El mando militar reaccionó con prontitud en función de sus anteriores experiencias y dio orden de detener a todos los periodistas que fueran descubiertos cerca del frente. Philip Gibbs, corresponsal del *Daily Chronicle*, que ya había llamado varias veces «desagradablemente» la atención en el frente, fue amenazado con ser fusilado si intentaba viajar a Francia por cuenta propia.

El suceso contribuyó a que, a principios de 1915, los políticos instaran a poner fin al enfrentamiento entre la prensa y los militares, cosa que se logró, en efecto, de una manera total y significativa. En vez de excluir a los reporteros como personas y a la prensa como institución, ambos quedaron integrados a partir de aquel momento. Un pequeño número de periodistas recibió una acreditación, uniformes de oficial sin distintivos de grado e informaciones suficientemente filtradas. Así, la prensa se impuso en la medida en que los militares debieron abandonar su política de exclusión estricta para con los periodistas. Sin embargo, los grandes vencedores fueron, en definitiva, los militares. Incorporando a los periodistas consiguieron hacer de la guerra un asunto nacional mucho mejor que con su exclusión y lograron a través de la prensa el apoyo necesario que contribuyó a garantizar finalmente el apoyo de la población a la guerra. Gibbs, amenazado antes con ser fusilado y que pasó luego a formar parte de la tropa de periodistas acreditados designados a dedo, describió retrospectivamente de manera crítica el súbito cambio de actitud de los reporteros de guerra: «Nos identificamos absolutamente con los hombres del campo de batalla. (...) Expulsamos de nuestro cerebro cualquier idea de querer ser más rápidos que los demás y cualquier tentación de escribir siquiera una palabra que hubiera podido poner en dificultades a los soldados. No hubo ninguna necesidad de censura. Fuimos nuestros propios censores». El ejemplo muestra con mucha claridad que el señuelo para atraer a los periodistas consistió en proporcionarles un sentimiento de confianza unido a unas informaciones bien dosificadas —una de las técnicas básicas habituales hasta hoy para traer a los periodistas al terreno propio.

A ello se sumó el que casi ninguno de los grandes periódicos de los países beligerantes se habría atrevido a abandonar con sus críticas la falange nacionalista, aunque sólo fuera por razones económicas. Así, en la Primera Guerra Mundial, todos los medios de prensa se convirtieron en instrumentos de propaganda de sus respectivos gobiernos. Los lectores de los periódicos no supieron nada exacto en ninguno de los países acerca del verdadero número de víctimas causadas por la guerra. El resultado final fue que lord Northcliffe, el empresario de prensa más poderoso de Inglaterra, fue nombrado, de manera lógica

y consecuente, asesor del gobierno y que, a partir de ese momento, la «división de poderes» entre gobierno y prensa, acentuada de manera especial precisamente en Inglaterra, quedó prácticamente eliminada. Esta línea de conducta continuó también con éxito en la Segunda Guerra Mundial con el nombramiento de lord Beaverbrooks para el cargo de ministro de Información.

Si lo que motivó la función propagandística de la prensa en las dos guerras mundiales fue, ante todo, el marco de condiciones concretas que, dada la importancia existencial de la guerra, difícilmente podían permitir que su dirección se convirtiera en objeto de debates públicos, la Guerra Civil española nos proporciona una prueba de la manera tan esencial en que la idea que los periodistas se hacían de sí mismos influyó, además de las condiciones mencionadas, en la práctica de su profesión. Aunque formalmente se trataba de una guerra civil en la que oficialmente no participaba de manera directa ninguno de los demás grandes Estados europeos, no descubrimos ningún esfuerzo por dar informaciones «objetivas» o «sopesadas» ni en la práctica ni por principio. Es bien conocido el compromiso directo de los escritores en esta guerra. Pero, además, la Guerra Civil tuvo una influencia polarizadora sobre los corresponsales «profesionales» y les llevó a menudo a proporcionar de manera consciente una información parcial. Ninguno fue tan lejos en este sentido como el periodista británico Claud Cockburn, que adoptó la postura militante y decidida de que una cosa por la que valía la pena arriesgar la vida era también algo que bien merecía la pena una mentira. En este sentido escribió, junto con el periodista checo Otto Katz, un reportaje ficticio sobre una batalla en el que se exponía la lucha heroica de los republicanos a pesar de su inferioridad técnica en cuestión de armamento. El objetivo del reportaje era presionar al gobierno francés para que permitiera la entrega de armas a los republicanos.

Los historiadores de la prensa, sobre todo en el mundo anglosajón, han reprochado a periodistas como Claud Cockburn y otros haber sustituido el papel del periodista por el del propagandista. Sin embargo, esa diferencia presupone una determinada concepción de la tarea del periodista que no es en absoluto inherente a la profesión, sino que se ha formado históricamente. A finales del siglo XIX, Albert Schäffle, que había sido él mismo periodista, se opuso, por ejemplo, a la comercialización de la prensa y adoptó la postura de que ésta debía volver a ser «asunto de los partidos y las asociaciones y de la propaganda científica, política y religiosa», en un momento en que en Alemania, y no sólo allí, se consideraba que la «solidez de convicciones» era una de las virtudes más destacadas de los periodistas; ello demuestra que la idea que se hacían de los periodistas tanto las personas ajenas a la profesión como ellos mismos estaba experimentan-

do, evidentemente, unos notables procesos de cambio. Podemos dar por supuesto que, hoy en día, y según atestiguan los sondeos, el derecho a una información «neutral» y «precisa» forma parte de la concepción que tienen de sí mismos la mayoría de los periodistas, al menos en una gran parte de las democracias de tipo occidental.

Sin embargo, desde un punto de vista histórico, la libertad de prensa significa, en primer lugar, la libertad de poder tomar partido abiertamente por algún asunto concreto. La propagación de determinadas ideas e ideales formó, pues, parte de la actividad periodística desde el momento que se considera como la fase de aparición de la opinión pública. La guerra civil española constituyó en cierto sentido el punto culminante de esa identificación con el objeto de la información, si nos olvidamos por ahora de la Segunda Guerra Mundial, en la que el compromiso con el propio bando bélico volvió a estar acompañado, sin embargo, por la censura, incluso entre los aliados.

En este contexto no se valorará nunca demasiado el corte que supuso para el periodismo de todo el mundo la información de prensa sobre la guerra de Vietnam. Por primera vez desde la guerra de Crimea, los periodistas informaron casi sin censura sobre una guerra en la que intervenía su propio país. A pesar de que no tenían ninguna intención de atacar por la espalda a su gobierno, los periodistas norteamericanos se ganaron, sin embargo, rápidamente el reproche de falta de patriotismo por sus informaciones acerca del carácter del régimen de Diem, apoyado por EE UU, y por sus advertencias sobre los errores de cálculo de la situación militar. Resulta interesante observar que esos reproches procedían en gran parte de aquellos periodistas «veteranos» que habían destacado en la Segunda Guerra Mundial y en la guerra de Corea por sus informaciones especialmente patrióticas. Con la guerra fría como telón de fondo, por un lado, y con la tradición, por otro, de unas informaciones de guerra que jamás habían permitido dudar ni lo más mínimo de que EE UU no sólo se hallaba en el campo correcto, sino que además combatía siempre con los medios adecuados, la revista *Time* consideraba a mediados de la década de 1960 unos «pipiolos» a los reporteros de Vietnam que se dejaban impresionar con demasiada facilidad por los acontecimientos y llegaban a conclusiones completamente falsas.

Informar y actuar

Uno de esos periodistas era Peter Arnett, que contribuyó considerablemente a forjar en su autobiografía el mito del reportero infalible de Vietnam. El credo del periodista, que deja en un segundo plano todas las posibles dificultades de la profesión, afirma que no se han de tener

en cuenta los problemas, peligros, hostigamiento y resistencias con que se encuentre en la realización de su «tarea» de informar sobre lo visto y lo ocurrido. Arnett transmite este credo como un ideal casi tipificado en un episodio de la fase temprana de la guerra de Vietnam: el 5 de octubre de 1963, él y otros corresponsales recibieron una llamada de una vietnamita que les anunció que aquella tarde «iba a ocurrir algo» en la plaza del mercado del centro de la ciudad. Al poco de presentarse los periodistas, un monje bajó de un taxi, se sentó en el suelo se roció con gasolina y se prendió fuego. Arnett sacó su cámara, como los demás reporteros, y tomó rápidamente unas fotos. Sin embargo, a diferencia de sus colegas, consiguió abrirse paso entre las fuerzas de seguridad que se apresuraron a llegar allí, escapar de ellas y salvar el carrito con aquellas explosivas fotografías. Unos años después, Arnett meditaba sobre su comportamiento y expresó una concepción del periodista diametralmente opuesta a la de los reporteros de la Guerra Civil española:

De haber corrido hacia él y haberle arrebatado la gasolina, podría haber impedido la inmólación. Como ser humano, quería hacerlo. Como reportero, no podía. (...) Si le hubiera detenido, la policía secreta, que observaba el suceso a cierta distancia, lo habría apresado enseguida y llevado quién sabe adónde. Si hubiese intentado impedirselo, me habría inmiscuido directamente en la política vietnamita. Mi función como periodista habría quedado tan destruida como mi credibilidad.

En Claud Cockburn y muchos otros observadores de la Guerra Civil española, escribir y actuar estaban indisolublemente encadenados, mientras que Arnett intenta trazar aquí una línea de separación clara. El que sería más tarde periodista estrella de la CNN consideró injustas las recriminaciones del historiador militar William Hammond, que escribía que Arnett había intervenido, por supuesto, en la política de Vietnam del Sur de la misma manera que si hubiese dado fuego personalmente al monje. Según Arnett no se podía hacer responsable al mensajero de los contenidos de una noticia.

A primera vista resulta difícil imaginar que un reportero de la categoría de Arnett pueda ser tan ingenuo como para creer que acción e información son categorías independientes. Cuando los periodistas recibieron con antelación la noticia de que alguien iba a prenderse fuego, el cálculo de hacer algo que diera la vuelta al mundo formaba sin duda parte integral del hecho mismo. El problema volvió a agudizarse con la aparición de los equipos de televisión: es bien sabido que, en conflictos como los de la antigua Yugoslavia o de Israel y los territorios ocupados, el escenario puede modificarse con gran rapidez si hay cámaras presentes, y que más de una acción se escenifica directamente para los «ojos de la opinión mundial» —debido, exclusivamente, a la mera presencia de los periodistas.

Se pueden encontrar todos los ejemplos de este tipo que se deseen. En general son menos dramáticos que los casos descritos, pero las circunstancias que se dan son las del trabajo periodístico cotidiano: siempre que se llama a periodistas o que se hallan presentes por casualidad —sobre todo si disponen de cámaras—, se podrá dar por descontado que el efecto público provocado influirá en las correspondientes acciones de las personas observadas, aunque los efectos pretendidos y los reales puedan ser muy diferentes.

Así pues, la creencia en una línea de separación como la trazada por Arnett entre información y acción es posiblemente ingenua. Sin embargo, hay muchas cosas que hablan a favor de que esa línea de separación constituye la condición para que un periodista pueda realizar su trabajo incluso en circunstancias dramáticas. Pero, sobre todo, la concepción que tienen actualmente los periodistas de su profesión se basa en gran medida en mantener tan apartadas las categorías de acción e información que la cuestión de las consecuencias de informar, en el sentido del «deber de informar», quede lo más posible entre paréntesis.

UNA PERSPECTIVA GENERAL

Los problemas que plantea este «deber» establecido desde dentro son obvios. Sin embargo, en vez de entrar aquí en la habitual crítica a los medios, señalaremos, desde una perspectiva histórica, que su desarrollo ha ido acompañado siempre no sólo por una crítica específica a los mismos, sino también por una crítica cultural de carácter general. Sobre todo, ciertas innovaciones como la aparición de la prensa comercial de masas, la irrupción de la radio y, en especial, de la televisión, su comercialización y, últimamente, la difusión de Internet, estuvieron acompañadas siempre de un discurso que aludía a la decadencia de la cultura. Respecto a la comercialización de la prensa y, en los primeros momentos, también de la televisión, hemos sostenido aquí que los cambios concomitantes difícilmente pueden reducirse a escenarios unidimensionales de decadencia. Es verdad que los periodistas han dependido siempre de las condiciones en que se enmarca su trabajo; sin embargo, no tiene mucho sentido contemplarlos como meras marionetas de intereses comerciales a remolque de esa comercialización. En la profesión de periodista parece condensarse de manera especial la ambivalencia de la modernidad según la cual no se pueden tener las ventajas del «progreso», es decir, en este caso, de la información libre, sin sus inconvenientes. Sin embargo, los problemas que se manifiestan en las circunstancias concretas de las diversas sociedades nacionales constituyen un abanico muy am-

plio y dependen de manera importante de la medida en que tanto los medios como los periodistas que trabajan en ellos están dispuestos a reaccionar ante la crítica y son capaces de hacerlo. La posibilidad de que Internet —donde algunos «pioneros» aislados desdibujan deliberadamente las fronteras entre rumor y noticia hasta hacerlos irreconocibles— provoque, en ese sentido, un cambio total en el periodismo dependerá de si se logra conservar o crear un valor de mercado estable para la «credibilidad» del periodismo, cosa que podrá conseguirse sobre todo criticando ese desdibujamiento de los contornos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERT, Pierre y TUDESQ, Albert, *Histoire de la radio-télévision*, París, 1981.
- BOYCE, George et al. (ed.), *Newspaper History*, Constable, 1978.
- BRUNHUBER, Robert, *Das moderne Zeitungswesen*, Leipzig, 1907.
- BURNS, Tom, *The BBC Public Institution and Private World*, Londres, 1977.
- CHRISTIANSEN, Arthur, *Headlines all my Life*, Londres, 1961.
- DOWNIE, Leonard, *The New Muckrackers*, Washington, 1976.
- FREUND, Gisèle, *Fotografie und Gesellschaft*, Reinbeck, 1979.
- GIBBS, Philip, *Adventures in Journalism*, Londres, 1923.
- GIDAL, Tim N., *Deutschland. Beginn des modernen Photojournalismus*, Lucerna, 1972.
- HAMOND, William M., *Public Affairs: The Military and the Media, 1962-1968*, Washington, 1988.
- Histoire générale de la presse française*, ed. Claude Bellanger et al., 5 vols., París, 1969-1976.
- HOHENBERG, John, *Foreign Correspondence: The Great Reporters and their Times*, Nueva York, 1964.
- IMHOF, Kurt y SCHULZ, Peter (eds.), *Medien und Krieg - Krieg in den Medien*, Zürich, 1995.
- KNIGHTLEY, Phillip, *The First Casualty. The War Correspondent as Hero, Propagandist, and Myth Maker from the Crimea to Vietnam*, Londres, 1975.
- KOSS, Stephen, *The Rise and Fall of the Political Press in Britain*. Vol. 1: *The Nineteenth Century*; vol. 2: *The Twentieth Century*, Londres, 1981.
- KOSTLER, Arthur, *Als Zeuge der Zeit*, Berna, 1983.
- KOSZYK, Kurt, *Deutsche Presse 1914-1945*, Berlín, 1972.
- MARTIN, Marc (ed.), *Histoire et médias. Journalisme et journalistes français 1950-1990*, París, 1991.
- REQUATE, Jörg, *Journalismus als Beruf. Die Entstehung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert Deutschland im internationalen Vergleich*, Gotinga, 1995.
- SALDERN, Adelheid y MARSOLEK, Inge, *Zuhören und gehört werden*, vol. 2: *Radio in der DDR der fünfziger Jahre. Zwischen Lenkung und Ablenkung*, Tubinga, 1998.
- WHELAN, Richard, *Die Wahrheit ist das beste Bild. Robert Capa, Photograph*, Colonia, 1993.