
El Blanco Móvil: Taller de Periodismo

**Con Miguel Ángel Bastenier
El País - España**

Miguel Ángel Bastenier es el subdirector de relaciones internacionales del diario El País (España) y uno de los periodistas más prestigiosos de Europa, cuya prensa conoce como pocos.

Las siguientes son las memorias del taller convocado por el FNPI que dictó en Bogotá entre el 8 y el 11 de agosto del 2001 en la sede de la Fundación Santillana.

*Polémico y mordaz, con Bastenier ningún taller puede resultar aburrido. En este caso sus opiniones giraron en torno al tema de la formación de periodistas, el estado de cosas de la prensa en Europa y América Latina y, sobre todo, en su propuesta sobre géneros periodísticos, explicada ampliamente en su recién editado libro: *El Blanco Móvil: Curso de Periodismo* (Aguilar – El País, 2001).*

Por: [Pedro Badrán](#)

"Las comillas son el gran enemigo del periodismo"

***"Lo que la gente habla no se entiende
y lo que publicamos no se ha dicho"***

Miguel Ángel Bastenier refiriéndose a las entrevistas.

Por fortuna se puede iniciar este relato con estas dos citas, obviamente descontextualizadas, para que el maestro y los talleristas absuelvan al autor de cualquier posible tergiversación. Nunca se sabe cómo ocurrieron los hechos, y menos qué ocurrió en un lugar donde, en medio del insoportable humo de los cigarros, se partió de la premisa de que es imposible enseñar periodismo a pesar de que maestro había escrito un libro que lleva por título *El Blanco Móvil, Curso de Periodismo*.

El sentido de estas memorias no será describir o evocar cada uno de los debates que allí se plantearon y menos ofrecer conclusiones sobre temas que nunca podrán agotarse. Pero a través de un híbrido de entrevista temática y romanceada ellas recordarán algunos de los puntos más interesantes de este seminario. Por desgracia ninguno de estos párrafos pueden aspirar a la completud pregonada por el maestro, menos a la objetividad y quizás un poco a la honradez.

Estado de la profesión

A comienzos del siglo XXI estamos viviendo la 'Era de las tormentas', de múltiples cambios en las redacciones de los periódicos. No hay ninguna garantía de que en los próximos 25 años haya ediciones de los diarios en papel y que exista el oficio tal como lo conocemos hoy. Hacemos un producto que no es necesario. Cualquier ciudadano culto no necesita periódicos. En los últimos cinco años no ha aumentado la venta de periódicos ni en Europa ni en EEUU. Los periódicos no crecerán nunca más. Ya no hay bolsa de lectores por conquistar.

Como si esto fuera poco, en los periódicos no se cuenta nada nuevo, la mayoría de las noticias han sido ya relatadas por televisión. En los próximos años habrá que justificar una razón para que la gente compre periódicos. Sin embargo, vale la pena preguntarse: ¿Por qué se siguen comprando periódicos? La respuesta es muy simple: Porque los hábitos mueren difícilmente.

Las operaciones digitales son, además, un gran enemigo de las ediciones de papel. Cuanto más éxito tienen las ediciones digitales, menos ejemplares se venden. ¿Llegaremos a cobrar por el diario on-line, tal como lo hacen ya algunos periódicos como el *Wall Street Journal*? El lector se conforma con la versión on-line, pero una vez satisfecho, no compra el periódico. La oferta de internet hoy en día es pequeña pero en diez años será inmensa.

Por otro lado, la vía electrónica nos permite "inventar / personalizar" nuestro periódico, pero evidentemente pone en peligro las ediciones de papel. En medio de esta situación es necesario revisar la tensión existente entre la agenda obligada y la agenda propia.

Agenda Obligada y Agenda Propia

Es un hecho que el modelo de diario general tiende a desaparecer y sólo sobrevivirán periódicos más personalizados, con agendas propias, donde el lector pueda encontrar lo que busca y sólo lo que busca. Esto permitiría una justificación de compra distinta.

Contra la agenda propia, que es una necesidad urgente, obra la estructura actual de los periódicos basada en las secciones. En ese sentido, los periódicos colombianos poseen unas secciones extrañas, por decir lo menos, y absurdas en la mayoría de los casos.

En 25 años sólo sobrevivirán dos tipos de periódicos: Los diarios perspectivistas, que tratan de explicar el mundo al mundo (*Folha de Sao Paulo* y *Le Monde* son dos ejemplos de esta tendencia) y los diarios de proximidad, aquellos que cuentan lo que ocurre a 50 kilómetros a la redonda, diarios regionales podrían llamarse. En Colombia, los periódicos de provincia no se han enterado de esta situación y siguen publicando noticias internacionales que no interesan al lector.

Un ejemplo de AGENDA PROPIA es el titular de *Le Monde*, edición del viernes 10 de septiembre de 1999.

"Contra el olvido, retorno a Kosovo"

El periódico se convierte en fuente, de hecho renuncia a una noticia de actualidad porque se considera derrotado de antemano. Pretende en cambio ofrecer un análisis de la situación de Kosovo, a pesar de no ser el tema del momento.

Estudios de periodismo

Los estudios de periodismo no son asimilables a una profesión liberal. De allí la imposibilidad de enseñarlo. Y más en las facultades de comunicación, cuyas características estructurales lo imposibilitan. Se puede aprender periodismo bajo supuestos de realidad, como se hace en la Escuela de *El País*. Es necesario resaltar que la enseñanza debe impartirse desde instituciones privadas, porque la información es un objetivo imposible del Estado.

El debate sobre si los estudios de periodismo deben ser de postgrado o no, o sobre cómo deben concebirse es demasiado largo para siquiera intentar capturar en estas líneas los matices de la discusión. Frente a las frases que se refieren al oficio: "Los comunicadores sociales saben de todo pero de nada más"; "El periodista es un ignorante al que se le permite aprender en público", es necesario preguntarse qué tipo de periodistas queremos en el futuro. El maestro Miguel Ángel Bastenier propone el modelo de un generalista que se ha especializado.

Las experiencias de nombrar politólogos, médicos y arquitectos como editores de páginas de orden público, salud o urbanismo –respectivamente por supuesto– tampoco parecen dar resultados, porque en la mayoría de los casos, tales especialistas desconocen el oficio de editor.

Géneros informativos,

de lo seco a lo húmedo

Los géneros no existen. En cualquier sentido un género es una abstracción, una forma de clasificar. El periodista inventa los géneros para trabajar mejor. El sistema propuesto por el maestro es un mapa, una topografía y por tal razón es necesario recordar que los mapas nunca reproducen el territorio. Lo que se propone en *El Blanco Móvil* es un sistema formal para trabajar e incluso para enseñar periodismo.

Las barreras entre los géneros no son precarias –como dice Daniel Samper– sino que son móviles. En este sistema de géneros, básicamente informativos, se proponen tres grandes géneros que se podrían caracterizar por los grados de interpretación que ellos implican.

El género seco es el punto cero de interpretación y no se firma nunca. Es el texto de la despersonalización máxima, cosa que es imposible puesto que siempre estamos interpretando. El periodista carece de toda propiedad sobre el texto y no ha tenido ninguna participación en la consecución de los datos. Se limita a trabajar con material de agencias o fuentes indirectas.

La crónica –valga la pena aclarar que no coincide con el término que se aplica en el periodismo de América Latina y particularmente en Colombia, pero es obvio que Bastenier lo utiliza en un sentido particular– implica un mayor grado de interpretación por parte del periodista. El periodista no puede estar en todas partes al mismo tiempo y, en consecuencia, acude a una multiplicidad de fuentes. En este caso predomina lo ajeno (información de agencias, noticias radiales, información de archivo, etc.) pero el periodista se apropia de este material y lo recicla.

Dentro de la crónica, encontramos un subgénero que es el **análisis**, definido como una crónica que no se centra en los acontecimientos del momento. Vuelve atrás para llegar a conclusiones (que no pueden ser favorables ni desfavorables, ni buenas ni malas). Es una teoría para contar lo que no se ve. El soporte informativo de un análisis es un párrafo a lo sumo que sirve

para establecer un punto de vista y llegar a una conclusión técnica. Trata de explicar el revés de las cosas.

En la medida en que aumenten los análisis rigurosos formaremos una mejor opinión pública. Por lo regular, en la prensa latinoamericana los analistas satanizan y abundan en opiniones personales. La gran diferencia entre interpretar y opinar es que la interpretación es esclarecimiento en tanto que la opinión es preferencia. Sin embargo, es difícil llevar esta frase a la realidad.

El reportaje es el género mayor y debe firmarse. Es el periodista convertido en fuente quien además tiene propiedad sobre el material informativo. Se permite pasar de la interpretación al juicio pero no es recomendable.

Se podrían identificar dos tipos de reportajes: el **reportaje de escenarios**, realizado *in situ* por el periodista; y el **reportaje virtual**, donde el periodista reconstruye hechos y situaciones, incluso personajes, a partir de las declaraciones de múltiples fuentes directas. Este reportaje puede alcanzar el grado máximo de personalización.

En el sistema propuesto por Bastenier, **La entrevista** es un subgénero del reportaje. Es el género ficción por excelencia. Esto no quiere decir que sea falsa pero, en sentido estricto, lo que la gente habla no se entiende y lo que publicamos en realidad no se ha dicho nunca. El diálogo real con un personaje, la grabación misma, es impresentable. La entrevista está oculta dentro de los cuarenta minutos de conversación. La respuesta veraz se construye y está en el minuto 12 de la grabación, luego en el 25, y más tarde en el 39. Esta respuesta es un producto literario basado en la conversación.

Hay tres formas de entrevista:

Pregunta-respuesta, quizás la más ficticia de todas; **Romanceada** que consiste en un diálogo interruptus, si se permite el término, a veces interpretado y a veces con comillas; y **Temática**, en la que a partir de un

tema propuesto, el entrevistado ofrece respuestas. La más realista es la entrevista romanceada, muy usual en la prensa británica.

Según Bastenier, este sistema de clasificación de géneros periodísticos, que no pretende erigirse en único, permite identificar si no el género al menos una **línea melódica** para que el periodista (y los estudiantes) trabajen de una manera más cómoda, y donde en última instancia puedan encontrar su propia voz. A juicio de algunos participantes, el concepto de línea melódica puede ser más funcional desde un punto de vista didáctico. Para otros talleristas, sin embargo, el sistema de Bastenier puede cerrar un poco las posibilidades de escritura.

Más allá de si este sistema es aplicable o no al periodismo colombiano (el término crónica, tal como lo presenta el maestro, es bastante problemático para los latinoamericanos y en especial para los colombianos) lo importante es instalar el debate sobre los **Géneros Periodísticos** en las universidades y en las redacciones de los periódicos.

Ante la aparición en escena de la expresión **Periodismo literario**, se alertó a los periodistas y profesores sobre el peligro de que los estudiantes confundan esta técnica con la ausencia de rigor y la escasa búsqueda de información. "Entre más información se tenga se puede escribir mejor", anotó uno de los asistentes. Para el maestro Bastenier, el problema es que no se puede hablar de lo literario porque nadie sabe qué es lo literario. El periodismo debe ser bien escrito, bien investigado, y es difícil establecer si es literario o no.

De titulares y editores: Un poco de taller

El que piensa el periódico es el gran periodista. Un periódico es una ciudad y los buenos periódicos son los reconocidos por los grandes paseantes. El buen periodista es el que hace periódicos habitables. El lector debe encontrar lo que busca en cada sitio. En ese sentido la prensa colombiana es pobre y hay

un escaso respeto por el lector. Las secciones no se definen, cambian de páginas todos los días, o se definen de manera arbitraria. En el caso colombiano, parece que es difícil encontrar buenos editores.

En cuanto a los titulares, parece no existir un criterio definido. En el análisis que se hizo, a manera de taller periodístico, de la noticia publicada en la edición de Agosto 10 de *El Espectador*, página 2 A, se abre con el siguiente titular: "Fue un ataque anunciado". En realidad nunca se sabe de dónde salieron tales comillas. No es recomendable escribir "hace diez meses" porque no se puede obligar al lector a hacer cálculos. Así lo han establecido confiables estudios de legibilidad.

En la misma edición en la página 4 A se abre con el titular: "Habría ONG cercanas a ETA en la caravana". Según el maestro español, este titular no está escrito en castellano. Un título informativo, además, no puede ser nunca una sospecha.

En el cuerpo de esta noticia, el lector ignora qué es ETA (el grupo separatista vasco, que ha efectuado atentados terroristas en España). Todo párrafo periodístico debe aspirar a la **completud**, es decir a ser autosuficiente por sí mismo. Por supuesto no es necesario explicar qué es ETA en cada uno de los párrafos. Una vez realizada esta contextualización, el periodista puede soltar ciertos lastres.

En la página 6 A de la misma edición se lee: "Narcotráfico, ¿delito de lesa humanidad?" El lector se pregunta si esto es un análisis o una noticia. Si es un análisis, entonces debe firmarse. Si es una noticia, no se permiten los signos de interrogación.

En Colombia, así como en otros diarios latinoamericanos, no hay formato de primera página. Los grandes periódicos a lo sumo tienen siete modelos de primera página y ya son muchos.

Uno de los aspectos que merece más atención es la foto de primera página. Para que una foto tenga calidad no basta con que narre una acción. En las fotos de los periódicos latinoamericanos no hay profundidad de campo. Y también en muchas de *El País*. En Europa, el periódico que mejor trabaja las fotos es *The Independent*.

Tres escuelas de Periodismo

Los periódicos de América Latina informan muy poco sobre América Latina. ¿Puede deberse a la imposibilidad de mantener corresponsales? Para algunos de los asistentes se debe a las limitaciones de espacio y a las condiciones de las páginas internacionales. Para Miguel Ángel Bastenier, el problema es mental. En México, hace dos décadas, se publicaban más noticias sobre América Latina. En Ecuador se ha replanteado el asunto y ya empiezan a formarse especialistas en el conflicto colombiano. *El Nacional* de Caracas ha conformado una plantilla de especialistas y quiere ser una excepción en el tratamiento de la noticia internacional.

En la prensa europea se podrían distinguir tres escuelas de periodismo.

La escuela británica, la más imitada en el continente y la que más ha evolucionado. Los periódicos británicos son muy bien escritos y se firma todo porque el material así lo amerita. El autor interpreta la realidad y toda noticia se publica con un *input* considerable y casi toda la información es analítica. A los periodistas les interesa muy poco la identificación del género.

El índice de compras de los periódicos sigue siendo muy elevado, aunque no aumenta y tiende incluso a bajar. En Inglaterra se cierran diarios con un millón de ejemplares en venta, como *Morning Star*. No hay un diario que venda cuatro millones de ejemplares. *The Sun* vende tres millones. En Inglaterra se venden 300 diarios por cada mil habitantes, un promedio modesto si se compara con Noruega donde se venden 510 ejemplares por cada mil.

Una segunda escuela es la **Francesa**, donde podrían caber también España y Portugal. El periodismo francés tiene una larga tradición que hoy está en quiebra. Hace diez años *Le Monde* era un periódico muy bien escrito. Francia tiene tres grandes diarios cuyas ventas sumadas no llegan al millón de ejemplares, seis veces menos que en Inglaterra. Sin embargo, el éxito de la prensa regional es grande en este país. En algunos diarios de provincia se hacen 18 ediciones distintas con páginas internacionales comunes.

Liberation es quizás el periódico francés que todavía mantiene la bandera del periodismo tradicional y *Le Monde Diplomatique* es la única publicación de izquierda que queda en Europa.

La escuela italiana es interesante y por fortuna, según el propio Miguel Ángel Abstener, vulnera todo lo que se dijo en este seminario. Italia tiene los diarios más personalizados y no se concibe la posibilidad de escribir algo sin firma. El periodismo italiano busca una complicidad, un diálogo con el lector, quien entiende los guiños que le hace el periodista. En la prensa italiana hay una gran cantidad de información sobrentendida. Se le concede gran importancia a la política, al deporte y las secciones de cultura son las más cosmopolitas, aunque para los italianos España no existe.

El periodismo español es técnicamente muy bueno, fino, y mantiene una amplia cobertura en sus páginas internacionales. Sin embargo, la prensa es brutalmente politizada.

A pesar de que directores y editores de todos los países de Europa se han reunido en múltiples oportunidades para concebir diarios europeos y crear lazos empresariales e informativos, son pocos los cambios profundos que se han visto en los últimos años. Por supuesto, los periódicos han cambiado pero las modificaciones han sido lentas y más que todo formales. Todavía, por ejemplo, no se incorporan páginas dedicadas a las empresas y hay muchas dificultades para trabajar con agendas propias porque la dictadura de las secciones sigue mandando.

En todo el mundo los periódicos deben transformarse si quieren sobrevivir a los cambios tecnológicos y a la competencia de los medios electrónicos. Lo que sí es cierto es que en veinticinco años los periódicos no serán iguales y el oficio de periodista no existirá como lo conocemos hoy. Comprar y leer un diario es un ejercicio suntuario. Luego entonces tenemos que hacerlo útil si queremos seguir en este oficio.