

Explicar el mundo

Enviado por Constantino Urcuyo en Lun, 10/17/2005 - 14:35

Constantino Urcuyo - Nuestro tiempo: El Financiero, Octubre 17-23, 2005

No había escuchado nunca la expresión periodismo perspectivista. En días pasados, en el Foro de Biarritz en Bogotá, tuve la oportunidad de asistir a una mesa redonda sobre el papel de los medios y ahí la escuché por vez primera. Jacques Julliard, jefe de redacción del *Nouvel Observateur* de París; Miguel Ángel Bastenier, subdirector de la sección internacional del diario madrileño *El País*; Joaquín Estefanía, director de la Escuela de Periodismo de ese mismo periódico; Marta Lagos de *Latinobarómetro*; Pablo Paranagua de *Le Monde*; Roberto Pombo de *El Tiempo* de Colombia; y Julia Zapata, directora de los servicios en español de la BBC, discutieron sobre el periodismo de nuestro tiempo.

La audiencia estuvo fascinada pero quien cortó rabo y orejas fue el colombiano español Bastenier, con ideas y con un sabroso desparpajo, pidió un periodismo perspectivista. Clamó por un periodismo que explique el mundo y tome distancia más allá de los simples *facts*, tipo cápsulas a lo *USA Today*. La interpretación y no la superficialidad, la profundidad y no lo epidérmico. Criticó el *infotainment*, mezcla engañosa de informaciones con entretenimiento, pidió profundidad en el análisis y un enfoque desde los procesos y no de las fotografías instantáneas.

Me sorprendió una visión tan crítica y me despertó deseos de ver en nuestro país actitudes parecidas.

Me rebelo contra la "farandulización" de la información. No me interesa saber cuántas líneas de coca se "jaló" Kate Moss, ni si le vino o no la regla a alguna de las princesas europeas. Tampoco me desvela saber a cuántas divas les inyectaron silicón y a cuántas se les desinflaron los implantes, o que los príncipes ingleses se sigan emborrachando. Yo necesito saber qué está pasando en Bolivia o en Caracas. Me aburre saber de los gustos musicales y amoríos de los futbolistas, sean estos del Real Madrid o de la Liga.

En contraste, leo con fruición la *Aldea Global* de Debbie Pochner, donde me explica los avances de la ciencia y de la cultura. Me gusta escribir en *El Financiero* porque se explican los procesos económicos.

Imagino el argumento de algunos. No todos tienen gustos universitarios, el público medio se interesa por otras cosas, hay que entretener y no solo informar. Tienen un poco de razón, pero esta cuestión de los promedios despreziona la singularidad de las personas, las invisibiliza y da por supuesto que el ciudadano medio es chusma a la que solo le interesan los chismes, el tremendismo informativo y el escándalo sexual. Quienes sostienen esto se apoyan en supuestos estudios científicos que dicen lo que la gente quiere. Si así fuera, ¿no será que quieren estas cosas porque son la única oferta?

Aunque en el fondo pienso que la gente puede ser pobre y tener bajo nivel educativo, pero eso no los hace ni imbéciles ni canallas; todos quieren superarse, la demanda real supera los estereotipos de los mercadólogos. Los seres humanos nos divertimos, pero todos queremos saber cuál es la naturaleza del mundo en que vivimos, los medios tienen la responsabilidad de brindarnos el panorama, pero perspectiva no es el relato de los pleitos entre misses, el color de la corbata de Bush o los pleitos maritales del Chino Ríos.

<http://costarica.capitalfinanciero.com/edactual/estilos2.html> [1]



Enlaces:

[1] <http://costarica.capitalfinanciero.com/edactual/estilos2.html>