

## ENSAYO\*

# NOTAS SOBRE LOS PROBLEMAS DE HOY DE LA PRENSA ESCRITA

Por **MANUEL JIMENEZ QUILEZ**



**MANUEL JIMENEZ QUILEZ**, es Periodista de Honor. En 1936 entró en el diario YA. Ha sido Director de *Meridiano*, *Ambiente*, *Mundo Hispánico* y *Gaceta Ilustrada* y de la Agencia Logos. Fue Director General de Prensa y Subsecretario de Información y Turismo.

CON sobrada razón Angelo del Boca (1) calificaba de «hecatombe de los diarios» cuanto sucedía en el mundo de la prensa escrita en la década de los sesenta. Una media de diario desaparecido por semana marca la gravedad de los problemas a que la prensa tuvo que hacer frente en aquellos años, con diversa fortuna final y excesivo número de víctimas.

Del Boca escribe en 1968. Tres años más tarde, Daniel Morgaine encabeza el primer capítulo de su polémico «Dix ans pour survivre» (2) con un sencillo pero impresionante *requiem* por la publicaciones que acababan de decidir su no aparición: *Daily Sketch*, de Londres —750.000 ejemplares de tirada—; *Look* —6.800.000 ejemplares y 28 millones

\* BAJO la rúbrica de «Ensayos» el Boletín Informativo de la Fundación Juan March publica cada mes una colaboración original y exclusiva de un especialista sobre un aspecto del tema general que se aborda a lo largo del año. Anteriormente fueron objeto de estos ensayos temas relativos a la Ciencia, el Lenguaje, el Arte y la Historia. El tema elegido para 1976 ha sido la Prensa.

Al finalizar el año estos trabajos serán recogidos en un nuevo volumen de la *Colección Ensayos*, editada por la Fundación Juan March en colaboración con la Editorial Rioduero.

En Boletines anteriores se han publicado: *La empresa periodística: sus peculiaridades*, por Mariano Rioja, Profesor de la Economía de la Empresa Periodística, *El Periodismo como profesión*, por Juan Luis Cebrián, Director de «El País»; *Función periodística del artículo literario*, por Néstor Luján, Director de «Historia y Vida»; *Formación del periodista*, por José Luis Martínez Albertos, Profesor Agregado de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense; y *El secreto profesional de los periodistas*, por Angel Benito, Catedrático de Teoría General de la Información en la Universidad Complutense.

de lectores—... Y en nuestros días la situación se agrava —si cabe— aún más: un informe reciente sobre el estado de la cuestión en Fleet Street (3) en este año de gracia subraya el principal objetivo de los editores y sindicatos británicos: que el número de publicaciones no baje del actual, lo que evidentemente constituye un propósito exageradamente optimista si se tienen en cuenta los datos que el propio informe expone: aumento de los costes de producción en proporción geométrica (salarios, papel prensa —cuyo precio se ha duplicado entre principios de 1973 y otoño de 1974, aumentando más en 1975); disminución de los ingresos publicitarios como consecuencia de la recesión de los negocios; descenso de la difusión a causa del fuerte aumento del precio de venta...

La más reciente noticia que añade nuevas sombras a este paisaje digno del pincel de Tintoretto, es la noticia sobre el informe de la Comisión Real de la Prensa Británica, del servicio AP del 18 de marzo: Los periódicos nacionales británicos —subrayo *nacionales*— necesitan más de cien millones de dólares (6.600 millones de pesetas) para pagar la nueva tecnología y compensar a nueve mil empleados que deben ser eliminados de sus puestos de trabajo. Cuarenta millones de dólares (2.640 millones de pesetas) deben ser invertidos en nuevos medios técnicos y unos 70 millones de dólares (4.620 millones de pesetas) en compensaciones para el personal cuyos puestos de trabajo desaparezcan. Solamente tres de once periódicos nacionales diarios y tres de ocho dominicales obtuvieron beneficios en 1974 y solamente cuatro diarios y un dominical los consiguieron en 1975.

¿Es, pues cierta esta especie de monstruo del Lago Ness, que se llama «crisis de la prensa» de la que se viene hablando con mayor o menor intensidad, pero siempre con patetismo, desde la década de los 30? Ya en aquellos años se exponían débiles temores, pero temores al fin, sobre el porvenir de la prensa diaria. En los años 40 la euforia producida por la masiva aparición de nuevos diarios, hizo olvidar las aprensiones anteriores. Pero a partir de 1950 los problemas de la prensa diaria se agudizan en espiral, tanto por la naturaleza de los que origina la propia estructura que se revela ya anticuada e incapaz de hacer frente vic-

toriosamente a las nuevas necesidades informativas, cuanto por el impetuoso crecimiento de la preferencia que el público otorga a los nuevos *mass-media*. Esta crisis adquiere hondura decisiva a partir de 1960, y no es necesario ningún gran esfuerzo imaginativo para profetizar que alcanzará su punto máximo en estos cinco años próximos que, por ello, en mi opinión, van a ser decisivos para el porvenir de la prensa escrita.

Es obvio señalar que la prensa escrita ha perdido el centro de la información que hoy empuñan otras técnicas a las que en estricto rigor terminológico ya no cabe ni siquiera calificar de periodísticas. La Televisión es hoy el astro-rey del mundo informativo. Frente a ella —como frente a la Radio, en la que se ha operado el milagro de su resurrección y triunfo— la prensa escrita no tiene otro camino ante sí que el que ella propugna para los demás: cambiar. ¿Por la vía de la transformación? ¿Por la de la ruptura?

Decía don Miguel de Unamuno que diagnosticar es ya una forma de curar. Pero a la vista de la experiencia, dudo que la sentencia unamunesca sea válida para el mundo de la prensa escrita. Porque diagnósticos se vienen prodigando desde hace años. En estos días, con motivo de la publicación del informe de la Comisión Real sobre la industria periodística británica, se ha recordado que, efectivamente, es el tercero: es decir, que ha habido con anterioridad dos Comisiones Reales que estudiaron la cuestión y publicaron sus conclusiones durante los últimos veinticinco años. «La Comisión Real no puede advertirnos nada nuevo o que no conozcamos de antemano», ha sido el juicio de Sir Ryder (4), uno de los sultanes de Fleet Street, al conocer los términos del nuevo Informe. Y hay que agradecerle su sinceridad.

En efecto, la industria de la prensa escrita —y considero un gran acierto calificarla plenamente de industria— conoce muy bien cuáles y de qué clase son sus problemas; no ignora que son día a día más grandes y graves. Me parece que la verdadera dificultad no es la de enfrentarse con ellos, sino el poder establecer un orden de prelación en la lucha. Lo que hace difícilísimo el optimismo al pronosticar sobre el futuro de la prensa escrita es que ha dejado de ser futuro y dramáticamente necesita soluciones urgentes porque

es presente ya. No se puede aislar un problema de otro y tratarle a ritmo diferente. Todos los toros están en el ruedo y a todos hay que torear al mismo tiempo. No son ni uno ni dos, ni tres ni cuatro... Casi, casi es exacto afirmar que son innumerables.

Resulta fatigosa por tónica y muy conocida incluso por el gran público la relación de todas o las más importantes cuestiones que hoy afectan a la industria de la prensa escrita. La revolución de las comunicaciones, fenómeno característico de nuestro tiempo, es el hecho más importante que la industria de la prensa escrita tiene que incorporarse y asimilar con una dosis extraordinaria de imaginación e incluso de fantasía. Se está diciendo adiós a muchas viejas técnicas que nos fueron entrañables y, desde luego, útiles, muy útiles, en su momento. Pero a lo que de verdad hay que decir adiós sin agradecer los servicios prestados, como la técnica de un cese fulminante, es a la rutina y al inmovilismo que tan frecuentemente se dan todavía hoy en el mundo de la información.

Todo es preciso para la nueva etapa: la utilización de los ordenadores, del offset, de la fotocomposición, de la instalación de plantas satélites de impresión, de la televisión en circuito cerrado, del banco de datos; pero ninguna de estas estupendas técnicas y maravillosos inventos serán real y verdaderamente útiles si no sirven al «nuevo humanismo» que el mundo de la información exige, si no remedia el gran desequilibrio que existe hoy entre técnica periodística y periodista.

¿Qué va a ser del periodista, del hombre de la prensa escrita, en este nuevo mundo informativo que la realidad exige crear y modelar? ¿Cuál va a ser su papel? ¿Mero servidor de la técnica? ¿Señor y dominador de ordenadores y automatizaciones?

Sospecho que va a producirse una radical transformación en el periodista elaborador de la prensa escrita. Por lo pronto, habrá que especializar a quien sirva esta profesión en esta industria. Especializar para diferenciarle de otro periodismo —el televisivo— esencialmente indagador

del hecho, meramente narrativo, que no va más allá de la presentación esencialmente fotógrafo-cinematográfica de la noticia. Si el periodismo televisivo es de naturaleza predominantemente informativa, el periodista de la prensa escrita deberá poseer como característica dominante capacidad crítica para juzgar los hechos, situarlos en su verdadero entorno, explicarlos y hacerlos inteligibles a los lectores. Cada vez más, el periodista de la prensa escrita ha de ser un conocedor de la materia de que trate. No ciertamente un conocedor superficial, sino profundo: un especialista capaz de asumir la responsabilidad de decir sí o no a los hechos noticiables del mundo en que es técnico.

Esta carencia de especialistas es, en mi opinión, una de las más graves dificultades del periodismo contemporáneo y, concretamente, del periodismo español. La especialidad de temas generales que caracteriza al periodista debe dar paso a la especialidad en conocimientos concretos, a la especialidad verdadera.

Bajo esta concepción, el ordenador y todo el proceso automatizador que define la nueva frontera de la información, reforzará, en vez de disminuir, la presencia activa del hombre periodista en las redacciones de los periódicos. Menos preocupado por perseguir el hecho, la noticia, que por el trasfondo de la información que el hecho pone en movimiento. De aquí, el auge extraordinario de los servicios de documentación periodística —que no tienen nada que ver con los viejos archivos de los viejos periódicos— como valioso instrumento auxiliar del redactor-especialista, capaz de explicar al lector de forma atrayente y amena cuanto hay que saber sobre una noticia determinada. Por paradoja, esta prensa redactada por especialistas, deberá ser —tiene que ser— una prensa eminentemente popular. Cesare Lanza ha hecho del periodismo popular —que muchos todavía siguen confundiendo con el periodismo amarillo— una magistral definición: «Para mí —ha declarado— diario popular no quiere decir un periódico que se base fundamentalmente en la crónica de sucesos y en el sexo, sino un órgano que haga comprensible a las gentes de todas las clases sociales, de un modo sencillo, los argumentos serios; por ejemplo, el escándalo del petróleo».

Es posible que la deducción de algunos lectores será que

yo propugno un periodismo meramente crítico y al escribir estas notas creo percibir el eco de sus exclamaciones: «¡Todavía más crítico! ¡Pero si hoy los periodistas no hacen otra cosa que criticar!» Y, a seguido, las adjetivaciones tópicas: crítica constructiva, destructiva, imparcial, etc...

Casi me atrevería a afirmar que, bajo mi prisma, crítico no es el que critica en un sentido primario del concepto. Me explicaré. Arrastramos en nuestra vida profesional unas denominaciones tradicionales que, como ésta, poco tiene que ver con su contenido y realidad y en muchos casos son ya el resultado final de un proceso degenerativo. Se dice: crítico de libros, crítico de teatro, crítico de cine, crítico de arte, crítico de fútbol, de toros, etc., etc. Si por crítico de cualquier especialidad informativa, entendemos en periodismo quien tiene por misión buscar tres pies al gato a cualquier acontecimiento o hecho de que trate e inyectar en su tratamiento informativo dosis estimables de mal café para dejar en ridículo o destruido al acontecimiento, por supuesto que yo no estoy escribiendo de eso, ni creo que tenga nada que ver con la verdadera crítica que un periodista debe realizar, al menos la del periodista del periodismo nuevo de que me ocupo. Crítico quiere decir, esencialmente, experto, especialista, conocedor del tema, periodista que puede juzgar un hecho en virtud de los conocimientos esenciales que posee respecto de la órbita técnica o cultural a que el hecho corresponde. Que, efectivamente, emite su juicio: es decir, valora el hecho —critica el hecho en este sentido valorativo—, pero no sin antes exponerlo objetivamente, documentarlo con los antecedentes y datos precisos y situarlo ante el lector en su verdadera significación —sin manipulaciones— con un lenguaje sencillo. Y me reitero: todo el fascinante complejo de innovaciones técnicas materiales que la industria de la prensa ha de asimilar, deberá servir para realzar aún más el papel personal e intransferible del periodista en el periódico. Y al decir periodista ya hay que conceder que será un hombre con sensibilidad ante la noticia, ante el hecho, y que siendo un periodista de prensa escrita, esta sensibilidad no le distraerá de lograr el equilibrio preciso entre la persecución de la noticia y su documentación, a la que solamente puede llegar por el camino de la especialización.

No es cosa de hacer aquí un diseño de la organización y funcionamiento de una redacción en una industria de prensa escrita ya puesta al día en cuanto a la utilización de técnicas materiales en el proceso industrial propiamente dicho. Pero no se puede dejar de hacer constar que tal redacción deberá estar gobernada en un segundo escalón por un redactor-jefe o varios. Y si tiene que ser un especialista en ideas generales, un profesional sincronizado con los deseos del lector, desvivido al servicio del lector, que bajo esa óptica dispone el trabajo de los profesionales a su cargo. En un escalón más alto: el Estado Mayor directivo, con mayor relieve que el director. (Cada vez deberán tener menos importancia los directores, y mucha más los redactores jefes).

El periódico debe estar regido a su máximo nivel por un equipo integrado por el director y los mandos intermedios, y por un número reducido de personas valiosas de alta y clara significación política y cultural, hombres dotados del don del consejo; su colaboración resulta ya imprescindible en los planos superiores de mando de un periódico...

\* \* \*

¿Y la empresa? ¿Cuál es su papel en la industria de la prensa escrita? Considero que es éste un tema medularmente esencial. Porque se escribe muchísimo sobre la peculiaridad de la prensa periodística, y se hace hincapié en que no es igual una empresa de industria informativa que otra textil. Y es cierto. Muchos lo hemos dicho y escrito cien veces. Y lo hemos dicho o escrito porque es así. Pero, ¿es realmente así? Y si lo es, ¿por qué no se comporta como tal? ¿Por qué no subraya y perfila esa peculiaridad? Y, sobre todo, ¿por qué no la sirve real y verdaderamente?

Para decir toda la verdad hay que consignar que algunos teóricos de la empresa periodística no aceptan tal peculiaridad y propugnan que la normativa general de empresas se aplique pura y simplemente a la informativa. Sus razones aducen en apoyo de la tesis expuesta para los seguidores de esta posición, fielmente derivadas de su concepción liberal de la sociedad y el Estado. Cuantos menos interven-

cionismos en la empresa periodística, mejor. Sobre el periódico no deben regir sino leyes generales, bien en el orden meramente empresarial o en el político.

Claro es que quienes defienden —diría reconocen— la peculiaridad de la empresa informativa, no son por ello partidarios de intervencionismo alguno. Más bien propugnan que esa peculiaridad se reconozca a efectos de ayudas especiales y concesiones de trascendencia económica que la favorezcan y en todo caso la ayuden.

La primera peculiaridad que debería ser firmemente establecida por los peculiaristas es la de la propiedad de la empresa informativa. ¿Es adecuada para la propiedad privada? Si lo es, ¿qué límites pueden establecerse? ¿Es aconsejable que de esta propiedad sean titulares entidades colectivas, grupos políticos o religiosos o meramente económicos? ¿Es aceptable que esos titulares sean en ocasiones un solo individuo o una familia?...

Seamos sinceros: si hay un problema planteado de reforma de la empresa en general ¿cómo no va a haberlo de la empresa informativa en particular? Es cierto que la prensa es una institución connatural a la sociedad contemporánea; pero, ¿de qué clase? ¿Es preciso, como alguien propugna (6), socializar de alguna manera el poder de información, o es mejor dejarlo como está en casi todo el mundo occidental: en manos de grupos no siempre estrictamente políticos, ni estrictamente religiosos, ni estrictamente económicos?

La gran clave peculiar es que, a diferencia de cualquier otra, la industria de la prensa escrita tiene por objeto funciones políticas y sociales en cuyo servicio genera y ejerce poder político y social. De ahí hay que partir.

Una cosa es cierta: tras el problema de la empresa informativa subyacen cuestiones extremadamente importantes en el planeta de la información de nuestro tiempo: la participación de los redactores en la fijación y seguimiento de la línea ideológica de la publicación; los casos en que esa línea informativa cambia por decisión empresarial debida a unas u otras circunstancias (problemas de la cláusula de conciencia, etc.); límites a las vinculaciones con grupos de presión económica o política —tanto como la fijación de esos límites debe formularse la pública declaración

de dichas vinculaciones—; cambio de propiedad o variaciones esenciales en el cuadro del poder de decisión de la empresa, de los que no siempre se acostumbra a informar al lector, mucho menos con la amplitud y claridad debidas...

\* \* \*

En un párrafo anterior me formulaba la pregunta de si el cambio de la prensa escrita debería venir o habría de venir por la vía de la transformación o por la vía de la ruptura. Deliberadamente, la he dejado sin respuesta porque es posible que esté ahora más claro que es por ambas vías por la que el cambio debe producirse y establecerse. Por la vía de la reforma técnica, en cuanto a las instalaciones de la industria y a la amplia incorporación de los grandes avances tecnológicos que se han producido en el sector. Por la vía de la reforma también, en cuanto a una innovación jurídica que afecte a su propia estructura paralela.

Y por la vía de la ruptura en cuanto, efectivamente, hay que romper con la rutina que amenaza con agarrotar la marcha hacia adelante de la actividad informativa que precisa de la audacia y del frescor estimulante de las nuevas respuestas a las exigencias informativas que presentan hoy los lectores. «Hay que intentar ahora, en un corto período de tiempo, hacer pasar nuestra tecnología y nuestros comportamientos del siglo XIX al último cuarto del siglo XX», se ha escrito (7). La tarea es ruda pero hay que emprenderla —algunos han iniciado ya el camino— con energía, con entusiasmo y voluntad de triunfo.

Y claro es que a la ingente problemática de la innovación tecnológica, de la fijación de un nivel claro y alto de participación de la redacción en la ideología del periódico, hay que unir todas las demás cuestiones crónicas de la actividad periodística, aparte la no fácil de la ayuda económica estatal a la prensa (8): preservación de la libertad y de la independencia, necesarias como el oxígeno; preservación de la libertad y de la independencia de las administraciones frente a la publicidad también para ellas vitalmente necesaria, pero con la que hay que llegar a un acuerdo que impida la actual carrera demencial de aumen-

to de tiradas que en la mayoría de las veces es puramente artificial y no sirve para otra cosa sino para incrementar el ya elevado índice de ejemplares invendidos, un problema cada día más grave por el precio en ascenso del papel prensa...

Es claro que vivimos unos tiempos que hacen de la prensa diaria un gran problema social y político —yo diría simplemente de la prensa—, pues la prensa no diaria, semanal, etc. es otra cuestión (la pujanza de la prensa semanal acusa claramente el abandono en que la prensa diaria tiene sus números dominicales; allí donde estos especiales son lo que deben ser, la prensa semanal —gráfica o no— tiene una vida lánguida y claramente de sugundona).

Hay que hacer frente a tantos problemas que forman ese gran problema con imaginación, espíritu innovador, acometividad y valentía cualesquiera que sean las decisiones drásticas que haya que adoptar. Hay que hacerle frente de verdad. Ese es el deber de cuantos vivimos de, por y para la prensa.

#### NOTAS BIBLIOGRAFICAS

(1) Angel Del Boca «Giornali in crisis. Indagine sulla stampa quotidiana in Italia en el mondo». Edizione Acola. Torino 1968.

(2) Daniel Morgaine, «Dix ans pour survivre». Hachette 1971.

(3) John Dixey. «Une année animée pour Fleet Street», en Fiez-bulletin, enero 1976, págs. 13-15.

(4) Citado por «Arriba» 20 de marzo, 1976.

(5) Con ocasión del proyecto de transformación del «Corriere d'Informazione» de Milán en matutino y de la designación de Cesare Lanza, subdirector de «Il Secolo XIX», de Génova, para dirigirlo (enero 1975).

(6) El profesor Angel de Benito, calificado conocedor del mundo informativo, ha estudiado la fórmula de la presencia de la sociedad en el poder de la información en numerosos artículos y trabajos.

(7) John Dixey, Informe citado.

(8) Conocidos son los puntos de vista del Ministro de Industria británico Anthony Wegolwood Benu sobre el «Consejo de Comunicación» que seguirá de cerca las actividades de la prensa. Uno de ellos, bien conocido, impresionó grandemente a los asistentes, en Copenhague, al XVII Congreso de la Federación Internacional de Editores de Periódicos: «ninguna empresa podrá detener ventajas económicas del Estado, sin que el Estado a su vez tenga su parte correspondiente en el control de la empresa».