

## Datos dun xornalismo atrapado no debate da súa reinvencción

Xosé López.

Profesor de Xornalismo. Facultade de Ciencias da Comunicación de Compostela.

Galiza.

### Resumen/Abstract

Os periodistas do século XXI na Galiza entran na profesión baixo a alongada sombra de Internet<sup>1</sup>. O xornalismo entrou nunha fase de transición na que a rede de redes converteuse non só nunha ferramenta básica para o traballo dos profesionais, senón tamén nun escenario para novas formas de comunicación. Mentres o xornalismo nos medios tradicionais ten pouca profundidade –contrasta pouco as fontes-<sup>2</sup>, aínda que aumenta a interpretación dos feitos e os artigos de opinión, o xornalismo en liña superou a idade da adolescencia para entrar nunha fase na que se impón a experimentación con novas linguaxes e novos produtos para intervir na sociedade actual. Nestes últimos dez anos, os responsables dos diarios centraron a súa estratexia informativa en mellorar o atractivo visual do xornal e buscaron contar o que pasa na sociedade con interese para os cidadáns con máis profundidade da que ofrece a televisión. Estas son algunhas das conclusións dunha investigación realizada polo grupo Novos Medios na que se analizaron os contidos textuais e os aspectos formais dos diarios galegos e que se recollerán nesta comunicación<sup>3</sup>.

### Introducción

O xornalismo vive unha das súas crises cíclicas de credibilidade. Trátase, sen dúbida, dunha crise especialmente forte porque non só afecta ao relato veraz dos feitos, senón ao conxunto das convencións xornalísticas e, mesmo, ao papel do xornalismo na sociedade actual. Os profundos cambios que vive o hipersector da comunicación

---

<sup>1</sup> Máis do oitenta por cento dos xornalistas galegos declara que usa Internet e un de cada catro ordenadores das redaccións tiña, no ano 2002, acceso a Internet, segundo as enquisas realizadas nos últimos anos e as investigacións feitas, nomeadamente <*Xornalismo en Internet*>, coordinado por Miguel Tüñez e Xosé López e publicado polo Consello da Cultura Galega.

<sup>2</sup> O estudio do xornalismo galego nos últimos vintecinco anos apunta que merece un notable en tecnoloxía, pero un aprobado moi xusto en calidade. A superficialidade, con pouco uso de fontes e pouco contraste, aparece como unha das características, segundo as investigacións de Novos Medios. Algúns destes datos están recollidos no artigo publicado en <*Estudios sobre el Mensaje Periodístico*>, volume 8, do ano 2002, co título <Periodismo actual: notable en tecnoloxía, aprobado muy justo en calidad>.

<sup>3</sup> Os resultados da investigación na que se basa esta comunicación veñen de ser publicados pola Universidade de Santiago de Compostela co título <*Radiografía dos diarios galegos. Análise dos contidos textuais e dos aspectos formais*>, a comezos do ano 2005.

crearon un escenario no que hai reflexións que apuntan á desaparición do xornalismo<sup>4</sup> e no que hai quen afirma que o profesional da información cobrará un renovado protagonismo na sociedade<sup>5</sup>. Temos, pois, temas sobre a mesa que cuestionan a propia supervivencia da profesión.

Tamén dispoñemos de datos que apuntan a unha reconfiguración do propio escenario mediático. Non cabe dúbida que nestes últimos dez anos vivimos importantes acontecementos que afectaron tanto aos medios tradicionais como aos novos medios e que mostran a complexidade desta sociedade actual. En primeiro lugar, entramos nun escenario caracterizado polas redes, cunha rede, Internet, como paradigma da comunicación total e global. En segundo lugar, as tecnoloxías da información e da comunicación entraron en tódolos campos da comunicación mediada tecnoloxicamente no marco dun proceso de transformación da man da dixitalización. E, en terceiro lugar, o panorama de mudanza convértese nunha constante que parece anunciar continuas transformacións que conlevan unha reestructuración do propio escenario mediático, cada vez con máis elementos, novos entramados e máis redes..

### **Novos perfiles**

A evolución da industria da comunicación mostrou, nestes últimos anos, como estas tecnoloxías actuais afectan non só á produción, senón aos propios perfiles profesionais. Tanto a aparición de novos soportes como a reestructuración dos medios tradicionais fixo que o xornalista ampliase cometidos e mesmo tivese que realizar novas tarefas no campo da comunicación. Multiplicáronse os perfiles nos medios tradicionais, ao tempo que apareceron perfiles ligados ao mundo de Internet. O propio nacemento do ciberxornalismo ou xornalismo na rede<sup>6</sup> abriu horizontes aos informadores, ao tempo

---

<sup>4</sup> O profesor José Luis Martínez Albertos, na súa obra <El ocaso del periodismo>, puxo data de defunción ao xornalista tal como hoxe o coñecemos. Albertos sostén que non só desaparecerán os diarios impresos, senón que tamén desaparecerá con eles o xornalismo.

<sup>5</sup> Desde o meu punto de vista, o profesional da información é máis necesario ca nunca para explicar o que realmente resulta importante para os cidadáns. Esta tese concorda coa defendida por Rosa Franquet no seu artigo <Comunicar en la sociedad de la información>, publicado no número 7 da revista *Zer*.

<sup>6</sup> O xornalismo que se fai en Internet mereceu distintos nomes por parte dos investigadores. Hai quen o denomina xornalismo en liña, quen fala de xornalismo electrónico ou quen prefere

que lles demandou novas habilidades e destrezas para facer un xornalismo con rasgos claramente diferentes aos dos outros soportes.

Amais do nacemento do ciberxornalismo e deste novo perfil de profesional, hai outro feito que pasará a historia: no xornalismo de comezos do século XXI Internet desenvolve un papel fundamental, ate tal punto que hoxe xa non se pode entender o xornalismo sen Internet (para ben e para mal). A gran maioría dos xornalistas viven arredor de Internet. Uns emprégana como fonte de información; outros como canal de distribución do seu caderno de bitácora... Pero case todos miran á rede.

Sen dúbida, Internet é o futuro, aínda que o futuro non é só Internet. Mais esta nova realidade debemos tela moi presente nas nosas investigacións dirixidas a reflexionar sobre os aspectos centrais do xornalismo, que forman parte do debate sobre a actualización do xornalismo e sobre a súa necesaria reinvención.

### **A referencia impresa**

Mentres se producen estes cambios, os medios impresos seguen actuando como referente no campo xornalístico, aínda que afectados por este proceso xeneralizado de mudanzas na sociedade, nas técnicas empregadas na profesión e nos propios perfiles profesionais. Quizá por iso os medios impresos, nestes últimos dez anos, renovaron non só a pel –a presentación-, senón as propias prioridades temáticas, o tratamento das informacións –as técnicas e modalidades expresivas empregadas- e as propias estratexias de difusión –os diarios difunden as súas edicións electrónicas na rede-.

A fin de dispoñer de datos destas mudanzas nos medios impresos e da súa relación con este escenario de cambio, fixemos un estudio dos diarios galegos<sup>7</sup>, especialmente referido as súas características textuais e formais. Neste estudo constatamos como, a pesar dun comportamento no mercado que por parte da maioría das cabeceiras que

---

xornalismo dixital. Entendo que Ciberxornalismo é un termo que pode definir moi ben esta tipoloxía de xornalismo.

<sup>7</sup> No estudio tomáronse en consideración os xornais de información xeral que se editaban en Galicia no ano 2002, que eran os seguintes: *Atlántico Diario* (Vigo), *El Correo Gallego* (Santiago), *O Correo Galego*, que luego pasó a denominarse *Galicia Hoxe* (Santiago), *Faro de Vigo* (Vigo), *Diario de Pontevedra* (Pontevedra), *El Ideal Gallego* (A Coruña), *Diario de Ferrol* (Ferrol), *Diario de Arousa* (Vilagarcía de Arousa), *La Opinión A Coruña* (A Coruña), *El Progreso* (Lugo), *La Región* (Ourense) e *La Voz de Galicia* (A Coruña).

podemos calificar de <bastante bo>, a práctica totalidade dos produtos amosan un excesivo predominio de informacións rutineiras e dificultades para sintonizar cos intereses dos lectores. <Os contidos –dice o estudo- poucas veces sorprenden aos lectores e poucas veces satisfacen as súas inquietudes e demandas>.

Tampouco a presentación formal foi capaz de incorporar suficientes elementos que permitan explicar ben unha información que, na maioría dos casos, os lectores xa coñecen pola radio e por Internet. En xeral, advírtense síntomas dun necesario redeseño da maioría dos produtos, que de feito xa acometeron as empresas nestes últimos dous anos e que pretenden seguir actualizando de forma inmediata<sup>8</sup>.

Segundo as conclusións desta investigación, que empregou metodoloxías cuantitativas e cualitativas, coa triangulación metodolóxica como técnica xeral, o valor da proximidade preside os contidos dos diarios galegos. <As cousas de aquí, contadas desde aquí> aparece como un eslogan asumido por tódolos directores de medios, que recoñecen o seu interese en profundizar na calidade das pezas informativas. De feito, na análise de contido constátase como os xéneros interpretativos de análise, especialmente a crónica e a reportaxe, gañaron peso no conxunto dos contidos. *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo* e *El Correo Gallego* son as cabeceiras que seguen unha política informativa dirixida a diversificar os xéneros xornalísticos. Este feito mostra unha tendencia á recuperación da función reflexiva da prensa, non xeneralizable a tódalas cabeceiras galegas.

En canto á presentación, o deseño ten unha función mediadora para facer máis <transparente> a noticia. A prensa galega incrementou a xerarquización interna das páxinas –as noticias principais destácanse sobre as secundarias- e os textos descompóñense en paquetes principais e secundarios para facilitar a lectura e diferenciar a información principal dos anexos de documentación. A maioría das cabeceiras elixe un tema do día para <marcar> e definir unha cuestión de interese para a deliberación pública arredor do mesmo. En xeral, prestan moita atención á información de servicios e tenden a pasar da información de carteleira á información para a acción.

---

<sup>8</sup> A análise dos diarios galegos fíxose sobre unha mostra do ano 2002. Con posterioridade ao estudo fíxose un seguimento da evolución dos aspectos textuais e formais. Neste último púidose constatar o novo deseño de *La Voz de Galicia*, *Galicia Hoxe*, *Faro de Vigo* e *El Correo Gallego*, así como actualizacións no deseño de *El Progreso*, *El Ideal Gallego*, *Diario de Ferrol* e *Diario de Arousa*.

Sobre a tendencia á <oficialización> da información, advírtese que persiste e ten importancia, aínda que se constatan síntomas de cambio. A crecente atención polo local derivou nunha maior presenza de fontes da sociedade civil organizada. Os xéneros interpretativos permiten unha achega cualitativa ós problemas que protagonizan os actores sociais menos habituais nos media. Do memo xeito, o posicionamento editorial faise fóra do editorial, movéndose a maioría dos diarios galegos dentro do arco do centro-dereita e do centro-esquerda, defendendo valores respaldados por un alto consenso social, como o galeguismo e o europeísmo.

Por seccións, a Cultura segue estando nunha certa marxinação. En canto a Economía, os diarios galegos tampouco avanzaron moito nos últimos dez anos á hora de ofrecer unha información con máis profundidade.

Esta falta de profundidade na información, que caracteriza á maioría dos diarios galegos, vese acompañada por unha tendencia dirixida a mellorar a información de servizos. Neste apartado, ao igual ca na maioría das cabeceiras analizadas, o diario *La Voz de Galicia* marca a pauta porque soubo adaptar a carteleira e a axenda cultura ao seu carater de diario galego, abranquendo a programación de toda a comunidade. Con todo, a información de servizo é algo máis, xa que consiste en tratar temas de utilidade e ofrecerlle ao cidadán pistas ou referencias para actuar pola súa conta. Neste sentido, compre destacar a reorientación dalgúns suplementos.

Como temas emerxentes, nos diarios galegos advírtese unha tendencia a prestarlle maior atención ao medio ambiente e á sanidade. <As noticias de sanidade –explícase nas conclusións- son máis transversais (poden aparecer nas seccións de política, sociedade, economía...) pero gañan peso na sociedade do benestar, que proporciona unha maior calidade de vida>.

En xeral, a xuzgar por estas tendencias, pódese concluir neste primeira apartado da investigación que os diarios galegos, nestes últimos dez anos, prestaron moita atención ás cuestións visuais –tanto a actualización do deseño como a incorporación de boas fotografías e infografías que expliquen a información- e melloraron a calidade da información, pero aínda teñen moitos desafíos pendentes. Hai pouca especialización nas redaccións para potenciar as principais seccións –Economía, Cultura....- e a calidade do produto xeral resíntese. Tódolos diarios están na rede –agás *Atlántico Diario*- e tódolos

xornalistas empregan diariamente Internet. É dicir, temos un retrato tanto do produto que se fai en Galicia como dalgunhas características do traballo que fan os xornalistas.

### **Especialización no local**

O segundo aspecto importante que constatamos na investigación foi a consolidación dun sistema especializado no local. Do estudo dos contidos e da forma de presentalos concluímos que o sistema mediático galego descansa sobre uns medios impresos privados moi especializados na información local e moi asentados nos seus ámbitos territoriais onde está a empresa editora. Este sistema mediático complétase cuns medios audiovisuais privados que na súa maioría dependen ou están asociados ás grandes cadeas estatais e cuns medios audiovisuais públicos volcados na información de proximidade. O panorama complétase cuns medios na rede que dan os primeiros pasos, con proxectos a curto prazo. En xeral, a maioría dos medios privados están promovidos por empresas familiares que teñen profesionais maioritariamente xoves e uns usuarios pouco participativos.

No sistema informativo galego advértense importantes cambios, coa práctica totalidade dos medios impresos con edición en liña e con iniciativas para facer fronte aos desafíos que xurden no escenario da Sociedade da Información e o Coñecemento. En xeral, podemos dicir que os medios de comunicación tradicionais adáptanse con certa rapidez ás novas tecnoloxías. Tódolos responsables de medios comparten que as tecnoloxías actuais conforman unha ferramenta imprescindible para elaborar produtos de calidade. Os periodistas recoñecen que precisan desas tecnoloxías para cumprir mellor co seu papel de mediador social e de intérprete do que acontece<sup>9</sup>.

O escenario no que actúan os medios galegos está marcado pola tendencia ao cambio e polos efectos da interrelación entre sociedades mediante redes. Hai un actor no sistema mediático, o dos diarios impresos de información xeral e as súas versións na rede

---

<sup>9</sup> Nas entrevistas en profundidade que mantivemos cos responsables dos medios de comunicación e con xornalistas houbo unha opinión coincidente sobre a importancia das tecnoloxías actuais e da súa aplicación. Onde houbo discrepancias foi cando analizamos os plans de incorporación que se levaron adiante. Os xornalistas demandan máis formación e unha programación que contemple as súas necesidades.

Internet, que aparece marcado por unha característica xeral: a clave da proximidade. A prensa galega é unhas prensa que presta moita atención á produción de contidos propios. Mediante este sistema fixeron fronte á competencia dos diarios estatais, que acometeron distintas estratexias para facerse con maiores cotas de mercado<sup>10</sup>.

### **O fundamental e o secundario**

Os contidos sempre estiveron no centro da preocupación dos promotores de produtos xornalísticos. É unha realidade de onte pero tamén de hoxe, xusto cando Internet, o medio de comunicación esencial da era dixital, non só plantea novos desafíos ao periodismo actual, necesitado de reflexión crítica e de novas convencións, senón que pasou a converterse, a comezos do século XXI, nunha ferramenta básica para os confeccionadores de contidos que traballan para tódolos soportes. As edicións dixitais da prensa en Internet foron o primeiro paso dun proceso de definición dos produtos elaborados tendo en conta algunhas das características do novo medio en liña. O seu nacemento produciuse, pois, á sombra dos seus irmáns maiores, prensa, radio e televisión, pero hoxe xa camiña cara a emancipación e polo tanto temos que consideralo así na nosa análise.

A pesar dos grandes cambios, o básico permanece. A función básica, esencial, do xornalista persiste, como tamén se mantén como aspecto nuclear o discurso, os contidos. Nunha sociedade cada vez máis complexa, o cometido do xornalista como mediador, intérprete e xestor de coñecemento –falamos de contidos- entendémolo como máis necesario ca no pasado, polo menos se queremos que se faga realidade o sono duns cidadáns mellor informados. O entorno no que traballa o profesional, as ferramentas, o sistema de medios, os usuarios...evolucionaron, presentan outra cara. É, polo tanto, lóxico que non só se renoven conceptos da profesión, senón que afloren renovadas técnicas e prácticas xornalísticas.

---

<sup>10</sup> *El Mundo del Siglo XXI* e *ABC* abriron delegacións e puxeron en marcha edicións. Con todo, axiña reorientaron a súa estratexia. *El Mundo* pechou a súa delegación e chegou a un acordo co xornal local *El Correo Gallego*, co que se difunde conxunta e inseparablemente. E *ABC* reorientou a súa edición, que mantén na actualidade, pero cun proxecto menos ambicioso.

Ese xornalismo que se practica nos medios galegos, o actual en tódolos soportes, áchase aqueixado por unha enfermidade que, segundo os síntomas detectados, nos atrevemos a diagnosticar de pronóstico reservado. Trátase dun xornalismo que se produce nun panorama no que encontramos evidencias que apuntan as causas dos males: está atrapado nas súas vellas convencións, incumpreas e vese incapaz de establecer unhas novas que sexan socialmente aceptadas por unha ampla maioría dos actores sociais. É dicir, non é capaz de reinventarse segundo as necesidades da complexa sociedade do momento actual<sup>11</sup>.

Para a reflexión, diante dun panorama tan confuso, convén diferenciar o básico do secundario. Así convén ter claro que o xornalismo é xornalismo á marxe do soporte e que o básico, é dicir, interpretar e contar o que pasa na sociedade, segue sendo o cometido esencial do xornalista. Hai, polo tanto, que aproveitar o mellor xornalismo herdado, das conquistas xornalísticas fundamentalmente do pasado século, para avanzar nesta nova etapa.

### **Ideas para repensar o xornalismo**

A situación actual do xornalismo, nunha nova fase das súas crises cíclicas, aconsella que tiremos das nosas investigacións paquetes de ideas precisas para repensalo e para buscar fórmulas que o revitalicen. Este é o motivo polo que aproveitamos o estudio de caso dos medios en Galicia, sobre todo dos contidos nos medios impresos e as iniciativas en Internet, para introducir algunha reflexión sobre aspectos esenciais do que está a pasar. Non se trata tanto de buscar respostas inmediatas como de formular ámbitos de traballo e prioridades que convén contemplar tanto nas actuacións das organizacións profesionais como no campo da investigación científica en xornalismo.

A xuzgar polas conclusións desta investigación realizada na Galiza, as grandes transformacións que vive o hipersector, fundamentalmente logo da aparición de Internet, provocaron bastante confusión e desconcerto no ámbito profesional. Esta

---

<sup>11</sup> Esta aparece como a principal conclusión nos estudos cualitativos realizados na investigación sobre <Análise dos contidos textuais e dos aspectos formais dos diarios galegos>. Tódolos esforzos dos xornalistas e dos responsables de contidos oríéntanse cara a mellora do produto, pero advirten que encontran moitas dificultades para reiventar convencións e fórmulas. Constatan que ese debate debe producirse na sociedade para logo poder aplicalo nos xornais.



situación dificultou os avances e favoreceu que as empresas impuxeron a práctica totalidade das súas propostas, moi dirixidas a mellorar a rentabilidade e a aproveitar a potencialidade dos xornalistas para os novos produtos que, na política de diversificación, puxeron en marcha. Así configurouse un panorama do xornalismo dominado polo ámbito comercial e pouco propicio á reflexión crítica sobre o seu papel e sobre os resultados colleitados nestes últimos dez anos.

O xornalismo e os xornalistas teñen diante dos seus ollos grandes desafíos, o que supón dicir que hai oportunidades e ameazas. Coñecemos algunhas oportunidades – coñecemos experiencias que encenden luces no horizonte, como os controles de calidade do xornalismo de calidade- e moitas ameazas –a posibilidade do fin do propio xornalismo que apuntan algúns autores-.

As reflexións, polo tanto, hai que orientalas aos dez puntos que de seguido indico, a modo de decálogo<sup>12</sup> elaborado a partir da investigación que fixemos coa pretensión de estimular o debate para seguir avanzando:

- 1.-Non podemos seguir desconcertados pola aparición de internet, pola concentración, pola propaganda, pola desregulación, pola precariedade...
- 2.-Hai que facer propostas precisas á sociedade sobre o futuro papel do xornalismo, a participación da cidadanía, os mecanismos de control, o papel dos medios públicos...
- 3.-Hai que promover un novo marco de regulación e un novo escenario de autorregulación.
- 4.-Hai que pedirlle a quen ten a responsabilidade de formar, á universidade, que prepare tendo en conta ás novas demandas da sociedade –non só do mercado-. Hai agora unha oportunidade coa aplicación do <modelo europeo>.
- 5.-Hai que garantir un mellor emprego das fontes, unha maior transparencia e limitar ao máximo as fontes anónimas nas informacións.
- 6.-Hai que avanzar na formación de periodistas especializados, no emprego das técnicas actuais, na incorporación de achegas das distintas correntes xornalísticas...

---

<sup>12</sup> Neste decálogo recollo as principais preocupacións exteriorizadas polos xornalistas e investigadores en comunicación que participaron nos grupos de discusión nos que se analizaron os resultados do estudo textual e formal dos diarios galegos. Estas preocupacións tamén se recolleron en distintos traballos posteriores nos que se analizaron as tendencias do xornalismo actual, os seus debate e os seus desafíos.

7.-Internet modificou a forma de traballar no xornalismo. Temos que prever que introducirá máis cambios porque internet é o futuro, aínda que o futuro non só é internet. Pero hai que prestarlle especial atención con proxectos de investigación.

8.-Hai que conseguir, a curto prazo, un marco que garantice mellores condicións laborais e que asegure un estatuto actual da profesión. É un paso adiante.

9.-Hai que aproveitar as oportunidades da dixitalización para definir os novos perfís profesionais con precisión e rigor. cada soporte precisa un perfil; cada ámbito ten o seu perfil.

10.-O básico permanece no xornalismo. Hai, polo tanto, que promover o básico: proporcionar aos cidadáns a información que necesitan para ser libres, para moverse e actuar na sociedade.

En definitiva, a realidade do xornalismo actual aconsella promover iniciativas moi concretas para mellorar a situación da profesión e para orientar liñas de investigación que ofrezan respostas concretas a moitos dos desafíos que ten hoxe encima da mesa o xornalismo. E iso conseguírase no caso de que sexamos capaces de que o futuro do xornalismo non preocupe só aos xornalistas ou as empresas, senón á sociedade en xeral. A maioría dos debates no ámbito xornalístico son moi vellos, con numerosas propostas e contrapropostas especialmente no século XX –véxase o caso do emprego das fontes anónimas, a necesidade de regulamentacións sectoriais...-. Quizá por iso hai unha certa sensación de que o xornalismo está atrapado en moitos debates e non encontra o camiño que o conduza cara a súa reinvencción para o século XXI. Con todo, ese é o gran desafío e estes debates deben contribuír non só a analizar aquilo que funciona mal no xornalismo, senón a formular propostas ambiciosas que contribúan a avanzar cara a un mellor xornalismo para unha sociedade que debe estar mellor informada.

## **Bibliografía**

**Franquet**, Rosa, *Comunicar en la sociedad de la información*, número 7 da revista ZER (decembro de 1999).

**López**, Xosé, *Periodismo actual: notable en tecnología, aprobado muy justo en calidad*, Vol. 2 de Estudios sobre el Mensaje Periodístico (2002).

**López**, Xosé/Túñez, Miguel, *Xornalismo en Internet*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 2002.

**López**, Xosé/García, Berta, *Radiografía dos diarios galegos*, Santiago de Compostela, Universidade de Santiago, 2005.

**Martínez** Albertos, José Luis, *El ocaso del periodismo*, Barcelona, Cims, 1997.