



Libro Falta de claridad

Cómo saber lo que es cierto en la era del exceso de información

Bill Kovach y Tom Rosenstiel
Bloomsbury USA, 2010
También disponible en: Inglés

Reseña

Con tanta información disponible en Internet, son cada vez más los consumidores de noticias que ven exactamente la información de actualidad que desean, en vez de dejar que sean los medios de comunicación quienes lo determinen. Los ciudadanos promedio pueden juzgar mejor la calidad de las noticias que reciben con el uso de ciertas técnicas utilizadas por los periodistas profesionales. Estos métodos requieren el ejercicio disciplinado del criterio, la curiosidad y el escepticismo. Este libro ofrece algunas medidas útiles para identificar a periodistas y organizaciones de noticias confiables, por ejemplo, al evaluar sus fuentes de información. Los expertos en medios de comunicación Bill Kovach y Tom Rosenstiel ilustran muchos de sus puntos mediante referencias a destacados periodistas y sus técnicas para presentar reportes. *BooksInShort* recomienda este libro instructivo a profesionistas ocupados que buscan formas eficaces para mantenerse informados.

Ideas fundamentales

- El papel de los periodistas como “guardianes” de la selección de noticias es cada vez menor.
- La televisión por cable e Internet le han añadido una característica de flexibilidad y autoservicio al consumo de noticias del público.
- El público necesita un flujo constante de noticias confiable, revelador y relevante.
- Para identificar las noticias creíbles, se debe evaluar la información como lo hacen los periodistas.
- El “modo escéptico de saber” es un proceso de seis pasos para entender un tema a cabalidad.
- Los pasos incluyen clasificar el contenido, determinar su amplitud, considerar la fuente, evaluar la evidencia, evaluar la explicación y medir la relevancia.
- El contenido puede ser “periodismo, propaganda, anuncios, publicidad, entretenimiento” o datos.
- No tome por ciertos los informes concluyentes que se basan en evidencia incompleta o incomprensible.
- Tres tipos comunes de periodismo se basan en verificación, aseveración y afirmación. Un cuarto tipo surge de estudios tendenciosos de grupos de interés.
- Hasta ahora, el papel de guardián del periodismo ocultaba sus otras tareas de testigo, verificador de hechos, decodificador, “creador de sentido, apoderador, agrupador inteligente, organizador de foros y modelo a seguir”.

Resumen

Más información, menos certeza

El autoservicio será cada vez más característico del consumo de noticias. Innumerables fuentes de información basadas en Internet compiten hoy con los medios tradicionales, como diarios, revistas y emisoras. Los consumidores tienen fácil acceso a una fuente masiva de noticias, opiniones, chismes y demás información, incluidos mensajes e imágenes personales. En vez de confiar en un diario o canal de TV para estar informadas, cada vez hay más personas que crean “paquetes de noticias” personalizados. Esta tendencia genera inquietud sobre la confiabilidad de la información difundida públicamente. Con tantas fuentes, es un reto distinguir la información confiable de la que no lo es.

“Al seleccionar entre lo que está disponible en televisión por cable, en línea, en el buzón de entrada del correo electrónico y demás, cada uno de nosotros crea su propio paquete de noticias”.

Los medios tradicionales, que ofrecen tanto noticias como anuncios, conservan los modelos de negocios “heredados” que se desmoronan ante la presión competitiva de sitios de Internet que operan sólo como medios de publicidad. Así, la red “disocia” el contenido editorial y la publicidad. La plataforma de anuncios clasificados Craigslist y el sitio de subasta eBay son sólo dos compañías de Internet que atraen muchos seguidores sin dar más información que anuncios. A medida que estos competidores en línea han recibido los ingresos de los medios establecidos, disminuye el empleo en muchos diarios, revistas y transmisoras de noticias, y amenazan su confiabilidad y relevancia. Encontrar fuentes alternativas, igualmente creíbles, en línea es difícil por la dimensión de ese medio. La red satura a muchos usuarios con mucha más información de la que pueden usar.

“El periodismo solía ser lo que los periodistas decidían que fuera. Hoy en día, los consumidores tienen un papel más importante en la decisión”.

Sin embargo, clasificar y calificar la información correctamente, sin importar su fuente, es algo que se aprende. Cuando surgió el uso de Internet en la década de 1990, algunos expertos se preocuparon por una “brecha de información” que beneficiaría a personas con acceso a Internet y perjudicaría a los demás. Hoy en día, la verdadera brecha en el consumo de información existe entre los consumidores de noticias que son cuidadosos y los que son descuidados.

Cómo convencer a los escépticos

Los lectores legos pueden emplear técnicas periodísticas para evaluar la información por sí mismos, en vez de confiar sólo en emisoras de noticias. Estos métodos requieren esencialmente ser escéptico. Los mejores periodistas constantemente cuestionan lo que otros les dicen y se basan sobre todo en información de primera mano. Son profesionales que examinan los hechos que publican, no “taquígrafos” que dan datos sin cuestionar su validez. Para evaluar los hechos, como lo hacen los buenos periodistas, siga las seis etapas del “modo escéptico de saber”: 1) clasificar el contenido, 2) determinar su amplitud, 3) considerar la fuente, 4) evaluar la evidencia, 5) evaluar la explicación y 6) medir la relevancia. Categorizar el contenido es el primer paso para comprender plenamente la noticia. En un curso de “introducción a las noticias” en la universidad estatal de Nueva York en Stony Brook, los estudiantes aprenden a clasificar el contenido como “periodismo, propaganda, anuncios, publicidad, entretenimiento o información sin filtros”.

Cuatro estilos de periodismo

El periodismo se produce de cuatro formas: el periodismo de “verificación, aseveración, afirmación” y otro bajo el enfoque “de grupos de interés”. Los profesionales que se adhieren al periodismo tradicional de verificación valoran la precisión, mientras que aquellos que valoran la aseveración dan prioridad a la comunicación rápida sobre la edición e información reflexivas. Esta forma de periodismo se generalizó durante las décadas de 1980 y 1990. Un catalizador importante fue el arribo de la programación ininterrumpida de noticias a través de televisión por cable, 24 horas al día y siete días a la semana, de CNN (Cable News Network). Al tener noticias disponibles todo el tiempo, muchos televidentes dejaron de esperar hasta la cena para recibir su dosis diaria de noticias. Desde la década de 1990, el crecimiento de la red ha reforzado la cultura de los medios de comunicación de transmitir noticias interminable y continuamente.

“El consumo de noticias se ha convertido en una experiencia más proactiva”.

Los periodistas que valoran la afirmación transmiten datos selectivamente para afirmar lo que el público ya cree. Debido a este análisis tan poco riguroso, los consumidores deben estar pendientes de “una pasividad inherente” de los profesionales, cuya prioridad es presentar información en cuanto está disponible, generalmente sin editarla formalmente. Esta forma pasiva de periodismo está muy arraigada en Internet. Muchas emisoras en línea publican información en sus sitios y más tarde la editan, según las respuestas del público. Wikipedia, la enciclopedia en línea, ejemplifica este proceso continuo de edición con base en el público al permitir que los usuarios revisen el contenido de sus páginas.

“Irónicamente, a medida que la prensa comenzó a preocuparse más de cómo complacer al público, el público empezó a dudar del profesionalismo de la prensa”.

Investigar los hechos empíricos tampoco es una prioridad del periodismo de afirmación, que asigna más autoridad a sus profesionales. Estos periodistas no se enfocan en informar, sino en alabar las opiniones del público sobre una serie de temas. Sus consumidores no van a ellos para tener información neutral, sino para que los guíen y apoyen en una causa o creencia compartida. Ellos y sus proveedores de información suelen compartir la creencia de que saben manejar problemas que en realidad no tienen soluciones claras. El reporte fragmentado y un fondo contextual mínimo caracterizan al periodismo de afirmación, mientras que el periodismo de interés especial proviene de fuentes manipuladas, como estudios sesgados, financiados por la industria y diseñados para parecer objetivos.

Amplitud y credibilidad

Para determinar si la información sobre un tema es completa, los periodistas profesionales usan la lista de verificación del qué, quién, cuándo, cómo, dónde y por qué. Un artículo completo responde a estas preguntas. Algunos medios van aún más lejos y publican largos informes para darle sentido a la noticia, reexaminar la evidencia previa o describir paradigmas emergentes. Los diarios, en particular, han adoptado esa narración mejorada para distinguirse de los medios que se basan en la presentación estándar de reporte u opinión. La prensa usa una gran variedad de fuentes de información para que sus informes sean creíbles. Una buena combinación de fuentes generalmente hace que un informe goce de mayor credibilidad. Para medir la calidad de la noticia, hay que evaluar la profundidad y variedad de todas las fuentes.

Depuración de la evidencia, búsqueda de pruebas

Homer Bigart, quien ganó dos veces el Premio Pulitzer, cubrió la Segunda Guerra Mundial, la guerra de Corea y la guerra de Vietnam para *The New York Times*. Añadía a su recopilación de evidencia lo que él llamaba “ignorancia portátil”. Aborrecía la mera suposición. En vez de informar sólo lo que decían los militares en sus comunicados de prensa, Bigart presentaba información de primera mano de las batallas y comparaba los resultados de las misiones con las expectativas oficiales. Los magníficos artículos de Bigart eran detallados y multidimensionales. Muchos lectores pueden afinar su capacidad de distinguir entre las noticias excelentes y las mal presentadas, entre las emisoras confiables y el resto, si aplican ignorancia portátil a las noticias, o se rehúsan a conformarse con suposiciones mediáticas. Al leer un informe, se debe evaluar la calidad de la evidencia mediante estos cuatro pasos:

1. **Identificar la naturaleza y la fuente de la evidencia** – ¿Cómo se originó? ¿Es de segunda o de primera mano? ¿Se nombran o no las fuentes?
2. **Evaluar la integridad de la evidencia** – ¿Alguien la ha sometido a prueba y verificación? ¿Alguien ha descubierto, o aun buscado, evidencia contradictoria?
3. **Examinar la contundencia de la evidencia** – ¿Es suficiente para respaldar una conclusión? Aunque sea cierta, si es incompleta o irrelevante, podría no ser suficiente ni incuestionable.
4. **Evaluar la conclusión y la evidencia en la que supuestamente se basa** – ¿Lleva la evidencia a una conclusión clara o a varias explicaciones posibles?

Buenos hábitos para los consumidores de noticias

Esté atento a las suposiciones no probadas en las noticias. Use el enfoque de la “hipótesis nula”: Un investigador científico busca lo contrario de lo que realmente cree y trata de probarlo. Cuando los investigadores encuentran una hipótesis nula que es válida, pueden darle un seguimiento más productivo. Los consumidores de noticias deben esperar una objetividad disciplinada similar de los editores y reporteros profesionales. La presentación de una hipótesis nula, o explicación alternativa, aumenta la credibilidad de cualquier informe sobre un incidente con una causa probable, pero no confirmada. Busque errores de omisión. Por ejemplo, había información faltante en los informes iniciales de que algunos mineros sobrevivieron a una explosión de gas metano en la mina Sago (en West Virginia) en el 2006. Las noticias reportaron que 12 hombres habían sobrevivido, pero no era así; de hecho, murieron 13. Las falsas noticias de los sobrevivientes incluían la ilusoria tergiversación de los ejecutivos de la mina, pero ninguna declaración de las autoridades. Quienes difundieron los datos inexactos de los sobrevivientes de la mina Sago no cumplieron con su deber periodístico de “identificar lo que faltaba” en la presentación de la noticia.

“El reto para las organizaciones de noticias es que son un negocio en decadencia en una plataforma, y un negocio emergente en otra. Pero, en gran medida, piensan como las empresas de antes”.

El consumo cuidadoso de noticias exige la continua consideración de su relevancia, no sólo de su confiabilidad. Para determinar la relevancia de una historia, pregúntese: ¿Es información nueva e importante o sólo una actualización menor?

El periodismo del futuro

El ciudadano promedio desempeña cada vez más el papel de “guardián” que tradicionalmente pertenecía a los periodistas. Cada vez son más los consumidores de periodismo que “alimentan las noticias”, o sea, que revisan frecuentemente los encabezados todo el día, con una variedad de medios y dispositivos (como teléfonos móviles). Pero el periodismo no desaparecerá, sino que se le exigirán otras funciones. Estas ocho serán más importantes en el futuro:

1. **“Verificador”** – La prensa verificará más los hechos y reunirá evidencia de formas más transparentes. En la era de la información, los consumidores de noticias quieren saber no sólo la evidencia en un informe, sino el proceso de su descubrimiento.
2. **“Creador de sentido”** – Ya que las noticias están disponibles en todo momento, aun el mínimo cambio en una situación puede pasarla a primera plana. Esto promueve una comprensión fragmentada del mundo. Los periodistas pueden trascender la cobertura “creciente” al conectar temas en múltiples reportes para dar una cobertura más amplia que dé sentido a las noticias.
3. **“Investigador”** – La prensa ha sido tradicionalmente vigilante, alerta a una posible transgresión del gobierno. Algunos reporteros, editores y productores desempeñarán este papel con más fuerza, mientras que otros lo evitarán.
4. **“Presentador de testimonios”** – La presencia de la prensa en las reuniones públicas es uno de los pilares de la democracia. Hace ver a los funcionarios públicos que sus acciones están a la vista de todos. Las nuevas formas de cubrir las noticias del gobierno local podrían incluir asociaciones entre la prensa y corresponsales informales.
5. **“Apoderador”** – Más periodistas apoderarán al público con herramientas de autoservicio para aprender sobre cualquier tema. Los periodistas que ahora ofrecen historias en línea pueden elegir entre muchas herramientas de reportaje, como enlaces a más información sobre el tema.
6. **“Agrupador inteligente”** – Reunir contenido en línea permite a las emisoras proporcionar información sobre los mejores sitios Web y ofrecer servicios únicos de filtrado de noticias.
7. **“Organizador de foros”** – Las emisoras de noticias ahora tienen la oportunidad de distinguirse de las demás al generar charlas de asuntos públicos con base en los hechos, y presentar una diversidad de opiniones.
8. **“Modelo a seguir”** – Cada vez más periodistas profesionales serán un modelo para los ciudadanos que la prensa llegara a contratar para ampliar su base de cobertura.

“Es tentador, en la era de la televisión y, especialmente, de la televisión por cable en vivo, caer en la simplicidad de imaginar que ver es creer”.

Estas funciones existen desde hace tiempo, pero el papel de guardián las eclipsaba hasta hace poco. Dado que el público de hoy está más involucrado en la selección de noticias, los periodistas deben dedicarse a otras funciones que ofrezcan más valor. Como resultado, en vez de volverse obsoleto, el periodismo realmente “será cada vez más complejo”.

Sobre los autores

Bill Kovach fue jefe de redacción de *The New York Times* en Washington y editor del *Atlanta Journal-Constitution*. **Tom Rosenstiel** dirigió los reportajes del Congreso de *Newsweek* y fue crítico de medios de comunicación para *Los Angeles Times* y MSNBC.