

SOBRE EL PERIODISMO EN ESTADOS UNIDOS ¡QUÉ CENTURIA!

Entender el Periodismo norteamericano no es fácil, y menos cuando ha sido testigo de excepción de los más importantes sucesos mundiales. Este artículo recoge algunas impresiones del Periodismo en Estados Unidos durante el último siglo, y particularmente es una herramienta fundamental para comprender la formación que hoy se imparte en las principales escuelas de Periodismo del país.

Harold Evans

Es vicepresidente y director editorial de U.S. News & World Report, New York Daily News, The Atlantic Monthly y de Fast Company. Es el autor del libro bestseller «The American Century». En este texto editado por Palabra Clave, Evans analiza el desempeño de los medios de comunicación en el siglo que termina, a través de este artículo (con título original «What a Century!») para la más reciente edición de la revista bimensual Columbia Journalism Review (CJR, fundada en 1961, www.cjr.org) de la Universidad de Columbia en Nueva York.

Si usted fuera uno de los 76 millones de estadounidenses en 1900, con seguridad que lo que sabría de la actualidad dependería en gran medida del sitio de residencia. Si estuviera en Nueva York podría leer *World* de Joseph Pulitzer, *Journal* de William Randolph Hearst, *Tribune* de Whitelaw Reid, *Sun* de Charles Dana o *Herald* de James Gordon Bennet e, incluso, el *New York Times* entonces salvado de la bancarrota por Adolph Ochs y que en 1927 se dió el lujo de comprar los derechos exclusivos para la difusión del viaje interoceánico de Charles Lindbergh a París.

Sin embargo, si usted residió en alguna gran ciudad de Estados Unidos, no pudo dejar de enterarse del curioso ensayo de Joseph Pulitzer para convertir en 1901 a su famoso periódico *World* -con la asesoría de Alfred Harmsworth, fundador del *Daily Mail* de Londres- en un tabloide de artículos de no más de 250 palabras. Y precisamente esa fue, posteriormente, la influencia y la guía para que Joseph Medill Patterson fundara su exitoso periódico bajo el nombre de *New York Illustrated Daily News*.

Leyendo cualquiera de la publicaciones periódicas que circulaban en Nueva York, usted se enteraría simultáneamente de lo que estaba sucediendo en Galveston, Texas, o con la guerra hispanoamericana por el dominio de Filipinas, sin dejar de leer sobre la gran noticia: la próxima elección presidencial disputada entre el fogoso republicano Theodore Roosevelt (quien había recibido el respaldo de William McKinley tras renunciar a su campaña de reelección) y el populista William Jennings Bryan. Claro está que cada información era manipulada en concordancia con las preferencias e inclinaciones del dueño del medio y para sobrevivir en la batalla por capturar millones de lectores. Una batalla que, con la ayuda de los medios tecnológicos para la impresión y la comunicación de la época, llevaría al florecimiento de los grandes emporios periodísticos actuales.

Para comienzos de siglo, el resto de la población estadounidense, la rural, estaba sedienta de información además de estar atrasada 20 años en el uso de la radio. El conocimiento de su entorno y del resto del mundo estaba sujeto a la información que alguien pudiera traer o a la casual

lectura de algún periódico viejo o de uno que fuera publicado en alguna cercana ciudad con sus conocidas limitantes.

¿CON CRITERIO SOCIAL?

Para comienzos del siglo XX, el Periodismo en Estados Unidos era de extrema imaginación pero con tendencia, por fortuna, a ser más útil para la sociedad. Se esperaba entonces que las publicaciones llegaran a ser tan aprovechadas como el mismo sistema ferroviario en su conexión y acercamiento de ciudades y pueblos. Incluso, se comenzó a crear un mercado publicitario nacional aprovechado desde sus inicios y en buena hora por los empresarios, contribuyendo así al crecimiento tanto de la industria como de la democracia informativa, tan promulgada esta última en la Constitución.

El Periodismo de revista más que el de periódico contribuyó en este aspecto a través de un periodismo investigativo y fiscalizador, como fue el caso -por nombrar sólo dos ejemplos de revistas- de McCure (de propiedad del irlandés Samuel Sidney McCure) y su trabajo entre 1902 y 1904 sobre los abusos cometidos por la Standard Oil Company de John D. Rockefeller y de Cosmopolitan (de propiedad de William Randolph Hearst) con una serie de artículos sobre la corrupción en el Senado.

La fotografía, por su parte, tomó la fuerza que le es propia para el manejo del realismo de la imagen, destacándose trabajos como los de Jacob Riis y Lewis Hine. En la primera década al menos fueron publicadas como mínimo 2.000 fotos, muchas de ellas como soporte para diseñar enérgicas y llamativas portadas.

El poder de las nacientes publicaciones impresas no podía desestimarse (como lo hizo en una ocasión el presidente Theodore Roosevelt) dada su aceptación y credibilidad entre el público y por su creciente cobertura nacional como en el caso del otrora Saturday Evening Post (de George Horace Lorimer, cuya circulación alcanzó los tres millones de ejemplares en 1937) y que ya para 1821 había alcanzando el millón de ejemplares. Incluso estos medios se dieron el lujo de emplear a escritores de talla mundial como F. Scott Fitzgerald, Robert Louis Stevenson o Sinclair Lewis y de circular sin ninguna pauta (claro que

fueron también muchos los proyectos editoriales que fracasaron o que no alcanzaron la calidad e independencia periodística necesaria para sobresalir) como fue en los casos de Readers Digest (fundada en 1922) y de otras como Time (1923), American Mercury (1924) y The New Yorker (1925, de propiedad de Harold Ross).

Fue la época del nacimiento, a pesar de crisis de los 30, de otros grandes medios como Business Week (1929), Fortune (1930), Newsweek (1933), Life (1936), Ebony (1945), Playboy y TV Guide (1953) y Sports Illustrated (1954).

¿QUÉ TAN MAL ESTÁN LAS COSAS?

La época mencionada anteriormente también fue la misma del nacimiento de la crítica sobre el trabajo periodístico realizado, una crítica que no venía tanto de la academia ni de la sociedad en general, sino del mismo bando. Fue así como los grandes críticos eran los mismos colegas, entre quienes se destacaron nombres como David Broder, Robert MacNeil, A.M. Rosenthal, Osborn Elliot y Steven Brill (autor de Brill's Content). Se comenzó a examinar el manejo del poder de la prensa con sus vicios y prebendas: inexactitud, superficialidad, prepotencia, intolerancia, monopolización, protagonismo.

Incluso el valiente editor de Newsweek durante el caso Watergate y la guerra de Vietnam se refirió a su oficio con desprecio, sobre todo cuando veía cómo grandes y tradicionales medios impresos como The Washington Post, The New Republic y The Boston Globe eran simples fábricas de publicaciones. La herencia de esa decadencia llegó a su máximo grado cuando en noviembre del año pasado, la CBS transmitió en vivo, y como un evento de gran importancia periodística en su programa televisivo 60 Minutes, la muerte con inyección letal de un paciente terminal a manos del médico Jack Kevorkian (conocido como Dr. Death). Desafortunadamente la tendencia actual de una parte de los involucrados en el negocio periodístico apunta a sostener que eso es lo que quiere el cliente. Se debe buscar y juzgar los errores, vengan de donde vengan y bajo cualquier perspectiva. Dos elementos han de tenerse en cuenta para ello:

Sobre el Periodismo en Estados Unidos ¡Qué Centuria!

- en cualquier sociedad con libertad de prensa las irregularidades periodísticas siempre existirán en mayor o menor grado, siendo ellas corregibles pero no suprimibles.
- en el siglo de la globalización de las comunicaciones la pluralidad y diversidad en los medios es imparable, dando como resultado una mejor comprensión del entorno que de otra manera nos sería invisible.

Bajo las dos anteriores premisas, la posibilidad de adquirir nuevos conocimientos debe ser tan bien evaluada como la fuente que la provea sin importar la tradición y la especialización de la misma (New York Times, Rolling Stones, Christian Science, Monitor, Virginian Pilot). Desde entonces la prensa ha estado presente en todos los ámbitos de la sociedad, desde los más bajos asuntos callejeros hasta los más importantes acontecimientos políticos, económicos y sociales. La prensa se ha consternado pero también ha mantenido su discurso civil. Ha sufrido la guerra, ha vivido los momentos alegres, ha divertido pero también ha hecho daño y ha evolucionado, especialmente en las dos últimas décadas con las nuevas tecnologías digitales para la comunicación en línea.

Dos ejemplos de ese progreso, bueno o malo, lo dan CNN (fundada en 1980) con su servicio mundial de noticias las 24 horas del día y el periódico nacional USA Today (fundado en 1982). Ambos creados bajo una lluvia fuerte de críticas y un panorama de escepticismo. Dos medios que hoy son buscados por presidentes, ministros y líderes, dado su importante influencia en la sociedad moderna (CNN y la guerra del Golfo Pérsico).

Sin embargo ese progreso había sido cuestionado mucho antes de que comenzara, cuando, en 1890 en la publicación Harvard Law Review el profesor Louis Brandeis y el empresario Samuel Warren escribieron un artículo en el cual se advertía del peligro, casi de ofensa criminal, que la nueva actividad representaba para la sociedad: «La prensa está sobrepasando en todas las direcciones las fronteras de la propiedad privada y de la decencia. El chisme no sólo se ha convertido en el refugio de lo pernicioso y de lo vicioso sino también en un lucrativo negocio de tipo industrial».

Durante la siguiente década el tema de la regulación a los medios de comunicación fue obligado. Voces como la William Allen White pedían hacer de la ocupación algo digno y profesional, lejos de extremos como la hipocresía y la pornografía. Desafortunadamente el apetito del público por revelaciones sexuales, por escándalos y por situaciones extremas de todo tipo se ha mantenido desde entonces, alimentando en gran medida la existencia de los mismo medios. Un reflejo de ello son los premios periodísticos (estilo Pulitzer, George Polk o Mollie Parnis) que exaltaron cubrimientos -muchas veces de impresos no tan famosos y con la ayuda de la reportería gráfica (lease fotoperiodismo) que permite ir más allá de la frontera de la imaginación- de eventos como las actividades del Ku Klux Klan, los asesinatos en Nueva York, las torturas en las cárceles, los secuestros y violaciones de adolescentes, las atrocidades de la guerras en Corea y en Vietnam (en esta última murieron al menos 135 fotógrafos internacionales cumpliendo con su trabajo), el narcotráfico entre Estados Unidos y México y los amoríos ilegales de políticos y hombres influyentes.

SIEMPRE ADELANTE

Como se ha expuesto, la prensa impresa ha tenido sus malos momentos. Lo que no se le puede negar es que ha estado a la vanguardia de los acontecimientos y de las percepciones que se tienen en el mundo desde 1890. En las primeras décadas del presente siglo los académicos y analistas estadounidenses en relaciones internacionales dependían en gran medida de los informes emitidos por las agencias de prensa de Inglaterra y de Francia (como Reuters y Havas), razón por la cual fue creada la agencia internacional Record (la primera estadounidense, gracias al esfuerzo de Melville Stone y Victor Lawson) con noventa corresponsales entre Europa y Oriente.

Posteriormente nacieron The Associated Press, United Press (1907) e International News Service (1909) que cubrieron e informaron con éxito eventos como las revoluciones en México (así los hizo John Reed al lado de Pancho Villa) y en Rusia (nuevamente John Reed en 1917), las dos guerras mundiales (con intelectuales estadounidenses viviendo en el viejo continente para analizar en profundidad el desarrollo de las mismos y con la retransmisión en vivo de la CBS de los sonidos de la guerra:

sirenas, bombardeos, armas de fuego, gritos, explosiones) y la Guerra Civil Española (con Ernest Hemingway a la cabeza). Fueron estos mismos medios (prensa, radio, televisión) los que le advirtieron a Estados Unidos que tarde o temprano tendría que formar parte de la segunda guerra mundial.

Durante la Guerra de Vietnam gran parte de esa prensa fue atacada por políticos y militares (como lo hizo el general McCarthy en la segunda guerra mundial, ahora lo hacían el presidente Lyndon B. Johnson y el Pentágono) que sostenían que la prensa distorsionaba la realidad. Pero fue esa misma prensa la que denunció los abusos de Estados Unidos en Saigón y la inutilidad de esa errónea incursión militar por la cual murió cerca de medio millón de estadounidenses (razón tenían, en 1968, los editoriales de *The Washington Post* y los informes de la CBS).

La prensa en este siglo y más en la segunda mitad, le ha permitido a los estadounidenses decir lo que piensan y encontrar lo que necesitan encontrar. Fueron los medios, en especial los impresos, los que apoyaron los grandes cambios sociales y constitucionales en Estados Unidos gracias a la adecuada combinación -en la mayoría de los casos- de la Primera Enmienda y del Derecho a la Información. Dos ejemplos gloriosos de ello son el que *The New York Times* lograra en 1967 que la Corte Suprema declarara a los segregacionistas de Alabama como violadores de los derechos constitucionales, y el trabajo profesional de *The Washington Post* (con los periodistas Woodward y Bernstein) en el caso del Watergate que culminó con la caída del presidente Richard Nixon.

Paulatinamente el Periodismo impreso se ha ido ganando el derecho a hacer su trabajo tanto con libertad responsable como con lucrativa recompensa. Desafortunadamente, no sucede completamente lo mismo con la televisión y así lo sustenta Fred Friendly al afirmar que «el problema de la televisión es que hace tanto dinero haciendo lo peor que no puede esforzarse por hacer lo mejor». Por su parte James Gordon Bennet formula la adecuada pregunta: ¿Qué puede detener al Periodismo impreso de ser el gran órgano para la reforma social? Con seguridad que este tipo de Periodismo sobrevivirá y que el ciberespacio con su

instantaneidad lo transformará en gran medida, pero no lo destruirá puesto que más bien se harán complementarios uno al otro.

Lo que sí se necesita en el próximo siglo para una sociedad cada vez más compleja e informada, es una «inteligencia organizadora» que satisfaga la curiosidad, descubra la verdad, entienda el sentido de la vida, entregue información y le permita a los individuos (que no tienen tiempo alguno para perder) diferenciar lo relevante de lo insignificante. Por ahora esa función la ha venido cumpliendo satisfactoriamente el buen Periodismo y mucho más el impreso.