

SENSACIONALISMO EN LAS NOTICIAS *

Por *Carl E. LINDSTROM*.
(Traducción de José Carrillo.)

Los lectores critican a los periódicos por ser sensacionalistas porque los reporteros constantemente persiguen el efectismo, merced a lo cual en ocasiones son culpables de exageraciones, invadir lo privado y hasta faltar a la exactitud tanto como impregnar las noticias de su propia perspectiva. El autor es el redactor en jefe del *Hartford Times*.

Algunas veces pienso que son verdades eternas incurrir en dificultades, ya que frecuentemente ni son tan duraderas como semejan ni totalmente veraces. Dicen que usted no puede reñir con el éxito pero usted puede hacerlo. Realmente deberíamos ser suspicaces y vigilantes del éxito, porque hartas cosas pueden ocultarse detrás.

La circunstancia de que se vendan diariamente cincuenta y cinco millones de ejemplares de periódicos en este país provoca argumentos múltiples con fines diversos, muchas veces plausibles, por ejemplo, puede concluirse que más gentes aman la prensa que antes pero ello puede ser o no cierto. Dudo que esta útil estadística signifique una aceptación plena. Nosotros compramos gasolina en cantidades inmensurables porque sólo así marcha el coche; si así lo aceptamos, esta aceptación tan sólo significa concesión. A los periódicos se les concede el número de cincuenta y cinco millones de ejemplares diarios. Algunos pueden ser estimados, mas

* Traducido de *Journalism Quarterly*. Published by The Association for Education in Journalism Winter 1956. Minnesota, U. S. A.

no podemos afirmarlo consiguientemente. Ciertamente los periódicos no están exentos de crítica. De hecho se les critica actualmente más que antes pese a que, creemos que ahora son mejores.

Realmente no sabemos mucho acerca de lo que nuestros lectores dicen. Y estamos satisfechos de conocer a muy pocos de ellos. El redactor que recalca o enfatiza un cierto hecho en su periódico o de una situación en el pueblo o en la ciudad de que "todo mundo habla", frecuentemente significa que sólo su esposa estaba hablando de eso. Usted ha oído de los tres pequeños sastres de Tooley St., en el viejo Londres. Estos modestos hombres tenían una queja y decidieron enviarla al Parlamento. Juntaron sus inteligencias y tras mucho esfuerzo cerebral y masticar las puntas de sus lápices, lo único que escribieron fueron las primeras palabras "Nosotros la gente de Inglaterra." Me temo que muchas de nuestras noticias, investigaciones y conclusiones incompletas, sean hechas después de consultar solamente a los tres pequeños sastres de Tooley Street.

Si somos criticados puede haber razones para ello, o quizá la gente sea ahora más crítica que antes. Ciertamente leen más que nuestros padres. Ellos están mejor informados; pero eso no es sólo para nuestro crédito. Después de todo, el radio ha ampliado el horizonte de mucha gente y debemos no cerrar nuestros ojos al hecho de que la televisión está haciendo un dramático reportaje llenando un vacío que habíamos dejado.

Así realmente no hay contradicción en el hecho de que los periódicos son mejores y la crítica más exigente que antes. No nos superamos si ignoramos tales críticas. Debemos escuchar con atención, quitando lo que no construye, y estudiar y rectificar para corregir las verdaderas faltas encontradas. No hay ocasión de catalogar los errores no por numerosos; pero empleemos el tiempo disponible en examinar las quejas que parecen persistir.

La gente dice que la prensa es sensacional.

Nosotros creemos que es un juicio ligero. Creemos que la mayoría de los periódicos de los Estados Unidos son equilibrados, sin prejuicios, responsables; periódicos de integridad que no explotan ni el crimen ni el pecado en el más leve aspecto.

Pienso que nos concierne ahora esta materia de definiciones. Usted y yo, sabemos qué significamos con el término sensacional, así que eso no necesita examen. Periódicos sensacionales como nosotros los entendemos, están fuera de moda principalmente porque el periódico actual debe entrar al hogar y permanecer allí para que todos lo lean. Nosotros no

gritamos, no voceamos el periódico, lo entregamos. Los periódicos han salido de la calle y han entrado al hogar y eso ha cambiado su tono. El proceso se ha iniciado.

Es mi propósito hallar lo que bulle en las mentes de los lectores cuando usan la palabra sensacional. Temo que no nos hayan entregado su verdadero sentido. Nuestros críticos lectores, usan la palabra sensacional, porque es conveniente. Ellos saben su significado pero nosotros no estamos sintonizados con su definición. Si hay un error en el encabezado, se censura al reportero y se ignora que el reportero no escribe el encabezado.

Primero, para considerar la naturaleza de nuestra profesión, el periodista es una criatura de fuerte sensibilidad dramática. Es fácilmente estimulado porque es curioso y porque tiene un interés absorbente en la vida y en la gente. Diariamente él conoce la emoción de ser el mensajero de las noticias.

“Yo tengo algo que necesito decirte.”

Hay cierto entusiasmo muy hondo en lo que se sabe para darlo a conocer; usted sabe que al decir esa noticia, creará en el que la escucha, excitación, suspensión, gozo, depresión o alguna de las infinitas y variadas emociones que la noticia puede causar en el público. Es algo así como la emoción del actor en el escenario. Puede haber recitado su parlamento cien veces y sin embargo experimenta el mismo estímulo cada vez. Actúa sobre las emociones de una nueva audiencia. Tiene el sentido de decir las cosas a su tiempo y lo estudia y lo perfecciona. Tiene que reflexionar sobre los efectos de la audiencia para saber si ha hablado demasiado rápido o demasiado despacio. ¿No lo entendieron? Debe hablar más despacio. ¿Alguno bostezó? Debe poner más vida en sus palabras.

Todas estas cosas están incluidas en el periodismo. La diferencia está en que no podemos ver el efecto en nuestra audiencia que son los lectores. Así nuestro contacto no es directo. Solamente podemos adivinar. Pero debemos *adivinar* constantemente y estudiar y pesar cuidadosamente nuestras técnicas.

En nuestra ansiedad de dar impacto a las noticias a veces somos inexactos. No puedo pensar en una ilustración mejor, que el incidente del camión sin control que casi causó desastre. Un gran camión que cargaba varios caballos de carrera iba entrando a una pequeña ciudad cuya calle principal tiene un profundo declive. Repentinamente el chofer notó que ni los frenos ni la caja de velocidades servían. El camión corrió veloz hacia abajo. La esposa del chofer iba siguiéndolo en su propio coche. Lo

alcanzó al conocer el peligro, se adelantó y avisó en cada cruceo del riesgo del coche desbocado. Algunos de los testigos en la prensa, dijeron que el camión iba corriendo sin control, a 80 millas por hora.

Esta fué una historia muy dramática; la tensión debe haber sido terrífica; la reacción no fué en lo más mínimo disminuída por razón de un afortunado final. Era un domingo en la mañana temprano, y había muy poca gente en la calle. El camión fué detenido por una colina a la salida del pueblo.

Como publicista yo pregunto si puede un camión grande y con carga, en un declive moderado, desarrollar 80 millas por hora sin motor, y empujado solamente por la gravitación. Yo también pregunto que si el camión desarrolló la velocidad de 80 millas por hora, una mujer en un coche particular podía pasar al camión con tiempo suficiente para llegar a los cruceos y prevenir a la gente del inminente peligro.

El punto que estoy tratando de indicar, es éste: no podemos estirar la credulidad de los lectores demasiado, porque se rompe. Si el lector no cree una sola palabra, la fuerza entera del relato se pierde. No hay lector tan insensible que no reaccione ante tal emoción fortísima: un camión veloz y una mujer apostando carreras con el mismo para salvar vidas. Eso es todo lo que necesitamos hacer. La historia se cuenta por sí misma, sin necesidad de los detalles superfluos de cuántas millas por hora, extremo en el cual ambos conductores estaban demasiado absortos para poder notarlo.

Así en nuestra manía de especificar detalles, incurrimos en lo que debemos admitir como exageración. A esto pienso que el lector llama *sensacionalismo*.

En nuestro vocabulario profesional existe esta frase: "invasión de la vida privada." Ninguno de nosotros cree que la vida privada debiera ser invadida, pero el buen gusto desafía la definición y cada quien se conduce de acuerdo con la mejor luz que puede obtener.

Pero sin embargo yo creo que hay un criterio que puede ser extraído de nuestro oficio y aquél nada tiene que ver con una preferencia. Es obvio que el objetivo de nuestras técnicas, con palabras o gráficamente, es situar al lector en la escena real. Si lo hacemos, hemos triunfado.

Ante gentes con rostros alterados emocionalmente por el pesar, una persona muy sensible, preferiría alejarse. La reacción es: "Aquí, en este momento, soy ajeno." Recuerdo un reciente cuadro de unos padres afligidos en el entierro de tres muchachos asesinados. Como ciudadano, no

habría querido estar donde el fotógrafo tuvo que pararse para tomar la foto. No me mal entienda, el fotógrafo cumplió con su deber. El problema es para el redactor, pero más allá de él está la mente del lector dentro de la cual estamos tratando de mirar.

Cuando el lector compra su periódico, no espera ni necesita tener el sentimiento "aquí en este momento yo soy ajeno." El está hecho a sentirse como un intruso. Por medio del periódico le damos la experiencia de muchas emociones, pero *esa* no la necesita. Ponemos al lector en la escena, pero ésta fue una escena embarazosa. No paga sus cinco centavos para estar apenado.

¿Podría el problema del redactor ser más simple?

En este punto particular, supongo que la definición del lector sobre sensacionalismo y nuestra definición profesional, se aproximan mucho.

Hay veces en que nuestra función es prevenir a la gente de un peligro que se aproxima. En Nueva Inglaterra hemos sido visitados en años recientes por una serie de huracanes tropicales. Nadie sabe por qué después de más de trescientos años de difícil, cambiante y riguroso clima, estamos ahora afligidos con esas visitas tropicales, pero parece que vamos a tener que aprender a vivir con ellas. Cada una parece tener diferentes consecuencias: altas mareas, inundaciones, vientos destructores, lluvia torrencial o alguna combinación de estos elementos. Usted nunca sabe qué esperar. La única certeza es que con el primer signo de una perturbación ciclónica en las Indias Occidentales, los periódicos en nuestra región del país, empiezan a buscar los tipos grandes. Los encabezados, usualmente dicen que la tormenta viene directamente a . . . Usted llena con el nombre de su propio pueblo o ciudad.

No son válidos los vaticinios meteorológicos porque el hecho es que nadie sabe hacia donde van los huracanes. Este capricho es la única justificación para bautizar a los huracanes con nombres femeninos.

La mayoría de estos huracanes no nos han llegado, pero las banderolas de la amenaza continúan. Las falsas alarmas han sido costosas. Pasé unos días en Cape Cod en septiembre y me hallé en el más hostil ambiente anti-periodista imaginable. La mujer que tenía unos cuantos alojamientos para rentar, uno de los cuales ocupé, dijo que en una sola tarde recibió la cancelación de 1,100 dólares en contratos de alojamiento por el temor de un huracán, mismo que al fin no llegó. El sol nunca cesó de brillar. Ella se quejó también de que la polio asustó causando muchos

daños al negocio, y éste representa prácticamente la única economía de Cape Cod.

No se imagine ni por un momento que hice primero consideraciones materiales y negocios antes que salud y vidas. En lo que toca a los negocios, la pérdida fué probablemente la más grande que actualmente ha habido comparada con lo que las tormentas causaron en el pasado. En cuanto a salud, tenemos la opinión de autoridades escolares y de salubridad; afirman que la playa puede ser mejor lugar para evitar el contagio, que la populosa ciudad.

Yo pido solamente exactitud.

Los periódicos se refirieron a la visita de la polio, como a una epidemia. Eso es un término exacto y su grado de alcance está basado sobre la incidencia en un porcentaje de la población. Pero siendo tan escasa la residente, resultó alto el porcentaje de Cape Cod. Pero en esa época, la población de Cape Cod por los turistas aumentó a más de 300,000 y sobre esa base la incidencia de la polio fue baja respecto de la normal. Esto es sólo una cosa de simple aritmética que no debería preocupar en la ciudad.

Volviendo a los huracanes, hay también términos que se aplican a su aproximación. Estos términos son "avisando", "alerta" y "advertencia". La distinción hácese raras veces. Creo que es la obligación del periódico hacerlo. Aquí hemos fallado al hacer lo que es necesario dañando la objetividad o sea *sensacionalismo* por omisión.

No es parte de nuestra función asustar a la gente. Es la gran diferencia que hay entre gritar ¡fuego! en un teatro lleno y simplemente anunciar desde el escenario que caminando con calma hacia las salidas, todos se pondrán a salvo.

La ansiedad que caracteriza nuestra aproximación a las noticias genera algunos de nuestros problemas. La combinación de este celo en la tensión y nuestra preocupación a tiempo fijo para terminar, ha creado en nosotros la ilusión de que la historia de las noticias existe en un punto instantáneo del tiempo. No sucedió a las 10.17 de esta mañana aun cuando ese puede haber sido el minuto exacto en que ocurrió la explosión o cuando dos coches chocaron, o cuando el presidente concertó una cita. La explosión fué el resultado de una serie de causas, incluyendo posiblemente negligencia, falta de supervisión o aún, intento criminal. La falta de supervisión puede haber sido desde meses atrás; la negligencia puede haber nacido en una libación alcohólica la noche anterior; la malicia

puede haber tenido su principio con unas pocas gotas de veneno arrojado en el arroyo.

El accidente automovilístico ocurrió no a las 10.17, pero posiblemente débase al desgaste mecánico iniciado el mismo día que empezó a funcionar el carro; o fué debido a deficiencia de la vista que empezó a fallar diez años antes.

La cita presidencial probablemente fué concertada en semanas anteriores.

Quizá todas estas cosas no sean pertinentes, pero todas ellas tuvieron su origen antes de las 10.17 ¿Y cuándo vamos a tener la historia completa? Somos demasiado impacientes. Por ejemplo, preguntamos al investigador federal que llega a la escena de un avión estrellado: ¿qué sucedió? El no lo sabe. El está allí para investigar, pero la contestación puede venir de un laboratorio meses más tarde. El tiene todo el tiempo necesario para hacer su trabajo bien; no hay preocupación de un tiempo fijo para terminar. Preguntándole ¿qué sucedió? en el momento, es una pregunta tonta. Si usted quiere que le sugiera una mejor, yo diría al investigador: “¿Tiene usted una idea?” Es posible que conteste: puedo hacerlo. Yo conozco a un reportero que obtuvo una noticia de valor a esta pregunta.

A lo mejor las 10.17 pasarán muchas veces antes de que la historia del avión estrellado esté completa. Las consecuencias de un suceso no se alcanzan cuando el investigador informa, cuando la última víctima de la explosión sale del hospital o cuando el seguro es pagado. Cuando el presidente designado ocupa su oficina y llama a su secretario, de supuesto él ha empezado a hacer noticias.

Esto es para nosotros mismos la pregunta “¿Y entonces que sucedió?”

La necesidad de continuar aumenta los relatos. Referiremos otro relato rápidamente. Recordaré hace tiempo lo que llenó un espacio de 5 líneas diciendo que en el zoológico de Cincinnati, una gran serpiente se enfermó después de tragar un sarape del ejército. No hubo noticia en el periódico al día siguiente, porque a usted no le interesan 5 líneas. El teléfono empezó a sonar y las cartas a llegar preguntando qué le pasó a la serpiente.

Entonces hubo otro suelto mismo que declaró: En Burma, la esposa o el marido pueden obtener el divorcio con sólo pedirlo.

Una semana más tarde recibimos una tarjeta con faltas gramaticales preguntando en dónde quedaba Burma y cómo se podía llegar allá, si por ferrocarril o por vapor, y cuánto costaba el pasaje.

No afirmo que una noticia con *pase* sea rutinaria. Lo mejor será que usted encuentre una mejor cabeza o sumario.

El *Hartford Courant* al reportear el discurso de su editor, Herbert Brucker, basó el encabezado en que lo más significativo de la conferencia de Ginebra, fue “de que ésta se realizó”.

Nuestros reporteros en el *Hartford Times* conocen todos los convencionalismos de los recortes. Uno de ellos cuidadosamente estudió este asunto y escribió este encabezado: “Las sonrisas de Ginebra son mejores que los enojos de la guerra fría.” Cuando terminó triunfalmente, escribió como frase final que, la cosa más significativa acerca de la conferencia de Ginebra en la opinión del Sr. Brucker, fue “que ésta se realizó”.

La cosa más importante acerca de esa transcripción fue que el encabezado del *Courant* llegó a tiempo a nuestro periódico.

Una de las prácticas más perjudiciales y perturbadoras de los servicios telegráficos, ha sido el nuevo hábito del encabezado. Raramente el encabezado de una noticia importante es válido para todo un día aunque aquél fuese el primero en escribirse. Probablemente serán enviados cinco o seis encabezados en el día.

Para parafrasear la aguda reflexión de Gertrude Stein sobre la rosa: Un relato es un relato.

Nuestras pequeñas distinciones profesionales, se pierden entre el público lector.

La experiencia del hombre acumulada en siete u ocho milenios, ha producido una gran reserva de conocimientos, no estáticos, sino fluyentes, no materia inerte, sino efervescente como levadura, dinámica, generando poder por la fuerza de su corriente.

El reportero ha tomado su puesto donde abundan los sucesos. Es tan frecuentemente fascinado por la rapidez de los sucesos que, algunas veces se olvida de la amplia reserva de conocimientos acumulados. Una vez hubo noticias de descubrimientos vivientes, que ahora sólo tienen utilidad histórica, axiomas de ciencia y preceptos filosóficos, cánones de belleza artística y un mar de datos pragmáticos sobre la conducta del hombre, cuyos hallazgos merecen el nombre de proeza. Esta es una tarea pesada.

Si me permitiera usted el modo de hablar, algunas veces pienso que pasamos nuestros dedos ligeramente sobre la superficie de los sucesos,

solamente para sentirlos por la sensación. Y quizá a ello aluda el lector cuando habla de *sensacionalismo*.

Si nuestra falta es que estamos constantemente esforzándonos por causar efecto, permítame recordarle cuán cansado puede ser gastar mucho tiempo en compañía de una persona que pugna por causar buena impresión. Existe un elemento artificioso, una actitud forzada, una irritación que nos hace querer decir a tal persona, "Sea usted misma."

¿Puede el periódico esforzarse por ser esa clase de visitante? ¿Vamos a forzar nuestra entrada en el círculo del hogar? ¿Vamos a torcer y tomar actitud de pose tratando de ser agradables? Eso es hacer del periódico un visitante que prueba, experimenta o aflige.

Quizá todo esto suene demasiado crítico pero ha sido sólo mi propósito examinar el éxito fenomenal de la prensa americana moderna. Es un alto testimonio de la solidez de ese éxito, el que nosotros podamos tener conciencia de nuestras faltas.

La medida del artista se halla en su capacidad de auto-crítica. El nunca está enteramente satisfecho aún con su mejor actuación. Cuando no hay nada más allá de su último esfuerzo, él ha cesado de superarse.

Y he fallado en mi intención, si no he manifestado mi creencia de que el periodismo es un arte y artistas quienes lo practican.