

Re-enmarcar el reportaje publico

Jay Rosen

El reportaje público empezó como una premisa muy conveniente. Esta era otra forma de hacer reportaje que, al diferenciarse suficientemente de la práctica convencional, se hizo merecedora de un nuevo nombre. Este empezó en un lugar diferente. En vez de iniciarse con las rupturas y las quiebras que generalmente constituyen las noticias, este tipo de reportaje se pregunta más bien por las condiciones que permitirían llevar a cabo una vida pública saludable. El reportaje público rechaza estos modelos que presentan la enfermedad en la vida de la comunidad porque son modelos muy limitados. En estos modelos de enfermedad, los eventos se vuelven interesantes solo cuando empiezan a derrumbarse. Pero de la misma manera en que el enfoque inicial estaba en la salud, en vez de en la enfermedad, no representaba que los doctores en medicina general fueran incapaces de tratar al enfermo o al herido. De la misma manera, el énfasis en la salud de la comunidad tampoco significaba que los reporteros pudieran ignorar los conflictos -sus enfermedades- que de manera inevitable suceden en la vida pública. Pero al empezar en un punto distinto, los reporteros públicos llegaron a obtener una visión más amplia de sus responsabilidades.

Como afirma Davis Merrit Jr, también está la tarea de mejorar la capacidad de la comunidad para actuar sobre las noticias, preocuparse por la calidad del diálogo público, ayudar a la gente a que se involucren en la búsqueda de soluciones, y enseñar a la comunidad a lidiar con los problemas, no solo leer acerca de ellos. Nada de esto significa un distanciamiento radical de las nociones tradicionales de hacer reportajes.

Esto implica una nueva concepción del poder de la prensa. La concepción tradicional es que la prensa puede

- Traer los hechos reales a la luz y despertar la conciencia.
- Enfocar la atención pública
- Descubrir abusos, actuar como un perro guardián.
- Hacer la pregunta precisa (o las más fuertes)
- Recomendar un rumbo de acción.
- Distribuir los elogios y las culpabilidades
- “Afligir al que está muy cómodo, y dar comodidad al que está afligido”

A todos estos términos, añadiría que los periodistas deben participar en:

1. definir su dominio o territorio
2. el arte de re-enmarcar
3. la capacidad de incluir públicamente
4. el efecto de los posicionamientos
5. dar forma a las narrativas

1. La definición de su dominio o territorio

Si los reporteros tienen el poder de definir su propio dominio, ¿cómo deberían definirlo? Veamos algunas de las preguntas que formularon los reporteros de Norfolk, Virginia. Allí, un grupo de reporteros y un editor responsable de los asuntos públicos hicieron una cobertura que fue designada como el “equipo de la vida pública” y formularon cuestiones para elaborar una

declaracion publica de su mision. El resultado de su labor es el siguiente texto:

Declaración de la misión del equipo photo de la vida publica de Virginia.

Nosotros revitalizaremos la democracia, que ha crecido enferma y desencantada. Lideraremos a la comunidad a que se descubra a si misma y a que actue conforme a lo que ha aprendido. Nosotros le enseñaremos cómo funciona la comunidad y cómo puede funcionar, ya sea exponiendo la corrupcion, indicándole a los ciudadanos cómo hacer para que se escuchen sus voces, manteniendo una perspectiva nueva, o enfocándonos en la gente que hace correctamente su trabajo. Nosotros proyectaremos la democracia en su sentido más completo de la palabra, ya sea en el auditorio de un consejo o un callejón. Nosotros haremos de forma viva, informada y sobre todo, buscando que exista el involucramiento publico, algo esencial para una comunidad saludable y para estos periodicos.

Cualquier redefinicion del dominio del periodismo debe tener los pies en la tierra, no en prerrogativas profesionales, pero si en valores públicos. Es por eso que la filosofía del reportaje publico hace hincapié en la participacion, conversacion, toma de responsabilidades y solucion de los problemas en forma cooperativa. Estas son parte de la vision de democracia a la que puede invitarse a los ciudadanos a compartir con los reporteros.

2. El arte de de re-enmarcar

Enmarcar una historia es seleccionar el contexto que es relevante. Esta es una de las acciones más poderosas y precisas que hace el reportero. Las escuelas de reportaje no lo enseñan, pero es un aspecto real. Los hechos no pueden decir por si mismos como quieren enmarcarse. Los reporteros deciden como estos hechos serán enmarcados, y eso implica tomar decisiones sobre qué valores van a estructurar la historia. No tenemos una historia coherente que dictamine los actos incontables de enmarcar y que ocurren a diana en los reportajes. La que tenemos en su lugar son ciertos rituales para enmarcar -de la misma manera que cualquiera lo haria.

La historia sobre el aborto que citan aquellos que están a favor de la vida y sus oponentes es un ejemplo de este ritual de enmarcar. Pone énfasis en el valor del conflicto. Comunica el mensaje de que a través del conflicto podemos conocer la verdad; a bien, insta a poner a ambas partes lado a lado y a decidir por uno mismo. Presentar que cada historia tiene dos lados (en vez de tres a cuatro) es en si mismo un ritual de enmarcar muy poderoso.

Muchas de las quejas más comunes sobre los prejuicios y las noticias negativas pueden entenderse mejor como crítica a las decisiones de enmarcar que han hecho los reporteros. Pero como el hecho de enmarcar no es parte del vocabulario comun de la prensa, las quejas no pueden dirigirse a un concepto que es mas bien raramente reconocido. Así, oímos como la gente dice “tu perspectiva está muy sesgada, tu eres muy negativo”, cuando lo que significa en realidad este tipo de criticas es “esto esta enmarcado desde una perspectiva muy estrecha.”

El ser conciente de los marcos que se utilizan es un aspecto central al hacer reportajes. Estamos luchando hacia una filosofía de hacer “marcos”. Hasta el momento nuestra filosofía dice que enmarcar no es solo un arte, sino también una de las artes democráticas más importantes. Hacerla bien, enmarcar en los reportajes, debe apoyar ciertos valores: los valores de la conversacion, participacion, diálogo deliberado, solucion de problemas públicos; los valores de la inclusion, responsabilidad individual, complementaridad y cooperacion de acciones; los valores de

cuidar de la comunidad, asumir a dirección del futuro, sobrepasar la inercia de la automatización; y finalmente, los valores de la esperanza, entendidos como recursos renovables.

3. La capacidad para incluir públicamente

Esto muestra el poder significativa que tiene la prensa para decidir quien (a qué) será visible en el marco. Durante la Guerra del Golfo Pérsico, note el siguiente patrón en las discusiones televisadas de la guerra. Las personas que fueron entrevistadas por las medias eran todas virtualmente las mismas -militares varones y especialistas académicos quienes proyectaban su experiencia. El resultado era definir la guerra como la hacían los expertos y de mantener la importancia que tenía ese tipo particular de experiencia: conocimiento técnico de la doctrina militar, estrategia y armamento militar.

Decidí entonces llevar a cabo un pequeño experimento. Escogí un marco alternativo y traté de fundamentar mi caso con cada reportera de televisión dispuesta a escucharme. Las lentes que había escogido fueran las de la moralidad. Sabía que había un discurso muy vivo entre los historiadores, filósofos, teólogos y pastores acerca del concepto de una “guerra justa.” Este concepto tenía aplicaciones obvias para el Golfo Pérsico y sería la base para un diálogo muy intenso -convinciente especialmente para el público quien puede relacionarse más fácilmente con una discusión moral que con la lectura sobre el armamento militar.

Hice estos puntos con muchos de los productores de televisión. La discusión sobre una “guerra justa” nunca salió al aire en ninguna cadena de televisión. Los marcos existentes de enmarcamiento de la historia eran muy fuertes: el marco alternativo era muy novedoso.

El punto es que al seleccionar a quien se incluya en la discusión, se está haciendo una declaración sobre el tipo de discusión que la gente requiere y que es lo importante sobre lo que se debe tener conocimiento. Al escoger a quién incluir, la prensa nos dice de quien es el mundo de la vida pública, quien sabe al respecto, qué vidas son relevantes, qué voces cuentan y de quienes son las preocupaciones centrales.

Las decisiones sobre a quién incluir son decisiones sobre valores. En el reportaje público estamos tratando de descubrir los valores que son relevantes. Hasta el momento hemos podido concluir en lo siguiente: usando las capacidades para “incluir públicamente”, los reporteros deberían tratar de dar a los ciudadanos un lugar más grande en el mundo, en su capacidad de ciudadanos. Incluirlos en esa capacidad es pedirles que deliberen con otros además de expresar sus propias opiniones.

Así, los reporteros públicos toman control de su poder para incluir públicamente y preguntarse a sí mismos: ¿cómo estamos usando este poder? ¿Cómo podemos utilizarlo para dar a los ciudadanos y a la ciudadanía un lugar más fuerte en el mundo público?

4. El efecto del posicionamiento

Los reporteros tienen la habilidad de arreglar sus encuentros con el mundo público, de hacer que las cosas nos lleguen de cierta manera. Este es el efecto del posicionamiento. El ritual del equilibrio trata de evitar el efecto del posicionamiento. La historia que tiene un balance perfecto

dice a la audiencia: “tome su propia posición; nosotros no vamos a determinar una para usted”. Por supuesto, esto no es así de simple. Lo que una historia “equilibrada” hace muchas veces es posicionar a la gente como espectadores pasivos hacia una disputa irresoluble y amarga, sin dejar un terreno común, ningún espacio para la ambivalencia, sin un lugar donde muchos de nosotros pudieramos ubicarnos.

El posicionamiento es inevitable. El reportaje público busca un nivel más profundo de justicia al tener en cuenta el poder de enmarcar, por su voluntad de decir: “espere un momento, ¿cómo estamos posicionando a la gente en esto? ¿Cómo deberíamos posicionar a la gente?

No sabemos las respuestas a estas preguntas, pero podrían ser las siguientes:

Posicionar a la gente como ciudadanos significa tratarlos como

- únicos contribuyentes a la vida pública;
- participantes potenciales en los asuntos públicos;
- constituyentes con un interés personal;
- ciudadanos del todo, con intereses comunes;
- un cuerpo deliberativo;
- personas que escogen, y toman decisiones;
- personas que aprenden y tienen habilidades que desarrollar; y
- conectadas y responsables de un lugar

5. Formar la narrativa principal

La narrativa principal no es una historia particular que los reporteros escriben; ésta es la historia que ellos siempre escriben cuando cuentan las historias que típicamente cuentan. En los reportajes de elecciones, la narrativa principal es la idea de ganar. Ganar la carrera se asume que es esencia de la campaña, así que muchas de las historias se centran en quién ganará, cómo ganará, por qué están ganando, etc.

En contraste, en las clases de ciencias políticas en todas las universidades, los estudiantes aprenden una historia principal diferente de lo que es la política. En esta historia, la política es gobierno, y el gobierno decide quién obtiene qué. Por lo tanto, estudiar política es analizar los factores que determinan quién obtiene qué en el lugar de centrarse en el mercado de la democracia.

El periódico Charlotte Observer cambió su repartaje de las elecciones en la campaña presidencial de 1992. Esta logró con éxito cambiar la narrativa principal de cómo se gana la campaña, hacia una nueva historia: la historia de los ciudadanos expresando sus preocupaciones y escuchando la que los candidatos tenían que decir al respecto de ellas. [El periódico le preguntó a los ciudadanos qué tipo de preguntas querían que los políticos les respondieran y solo cubrieran a aquellos políticos en la medida en que respondían a esas problemáticas] Los editores simplemente determinaron, en su propia autoridad, que la narrativa principal se cambiaría. Toda la demás surgió una vez tomaron esa decisión.

6. Juntándolo todo.

Veámos si el artículo de Charlotte Observer encaja en nuestro análisis. El proyecto de elecciones en Charlotte involucro todas estas aspectos. Se redefinio el terreno de los reporteros para incluir una responsabilidad por el diálogo de la campana. Conscientemente enmarco la agenda de los ciudadanos y asumio que la campana podia enmarcarse como una discusion de esa agenda. Empleo la capacidad publica de incluir a los ciudadanos como “jugadores” en la campana. Posiciono a la gente como dialogantes en vez de solo personas que presentan quejas, como participantes en muchos de los días anteriores a las elecciones. Y escogieran una narrativa principal para cubrir los reportajes: los ciudadanos definen la agenda de las preocupaciones, no los candidatos.

El reportaje publico trata de mejorar la narrativa principal de manera que pueda producir buenas historias que digan de forma simultánea la verdad sobre la vida publica y pueda crear un espacio publico para rehacer la verdad. El arte de dar capacidades al pública es la que le da sentido a la tarea de informar.

Jay Rosen es un profesor asociado de periodismo en la Universidad de New York y es Director del Proyecto en Vida Publica y la Prensa. El artículo completo, de donde se ha producido este artículo, puede encontrarse en “Teoria y practica del reportaje publico; Lecciones de la Experiencia” por Jay Rosen, “Buzz” Merritt y Lisa Austin. El documento completo como Trabajo Ocasional puede pedirse gratis de la institucion Kettering Foundation, 1-800-600-4060, 200 Commons Road, Dayton Ohio, OH 45459-2799; Fax 1-937-439-9804.