

Teoría periodística

El equilibrio y el fin de la cantidad y la calidad informativa

"Ningún objeto posee sólo el aspecto cualitativo o sólo el aspecto cuantitativo. Cada objeto es la unidad de determinadas calidades y cantidades, es una magnitud cualitativa (cantidad) y calidad cuantitativamente determinada. La infracción de la medida conduce al cambio del objeto o fenómeno dado y a su transformación en otro objeto o fenómeno"

(Diccionario de Filosofía)

"U

n lector poseedor de aquella información actual que le concierne para su accionar en la sociedad y en su época, no requiere sólo obtener un torrente de datos políticos, económicos, culturales —sean éstos próximos o lejanos, para sentirse verdaderamente informado— para tal fin; necesita por sobre todas las cosas y en esencia, una información cierta y pronta de manera que la cantidad no derive en saturación informativa, que en definitiva conlleva desinformación (falta de selección y redundancia en los datos) y la calidad en desinformación, manipulación o tergiversación informativa (datos no comprobados, verificados o confirmados). Todo esto significa que la producción informativa requiere visualizar, y objetivar lo implícito de los fenómenos que intervienen en el proceso.

La calidad y la cantidad en el proceso de recolección, selección, elaboración de información.-

Ambas categorías, abordadas en sentido general, resultan — en primer término— de la acción profesional dirigida a la producción de información actual, es decir, de la recolección de hechos de las diversas fuentes informativas nacionales, departamentales, provinciales, internacionales, de ámbitos tales como la política, economía, finanzas, cultura, derecho, moral, etc. (Cabe definir el sentido de fuente como aquella institución, per-

Kathya Jemio Amez
Ph. D. en Periodismo
Docente de la Universidad Privada
de Santa Cruz de la Sierra

sona, situación, lugar, hecho que genera o cuenta con datos importantes para la sociedad, cuyo alcance público le facilita al lector asumir una posición o prever una acción individual (por ejemplo la conciencia ecológica individual), institucional (marchas de sectores diversos en protesta a medidas gubernamentales), social (manifestaciones en favor de la paz).

Esta fase a su vez está condicionada al acceso de la información, disponibilidad del material, frecuencia, importancia y significatividad. El reportero intuitivamente y/o por experiencia y contacto con los valores-noticia de los hechos sobresalientes del momento "reconoce" la calidad e importancia de lo que recogerá durante el día. Reconoce el valor de sus fuentes, la frecuencia noticiosa que tienen y la importancia de su publicación.

En nuestro contexto varía la cantidad por reportero hasta 8 ó 10 hechos que deben ser recogidos y llevados a la redacción. Es de suponer que la exigencia cuantitativa puede desembocar en el desmedro cualitativo (falta de tiempo y dedicación a lo más importante, el recorrido por la ciudad de una a otra fuente de información, la espera en antecámaras o salas de recepción, la variedad de las fuentes y otras circunstancias accesorias, derivan en importantes medidas de tiempo—cuando se toma en cuenta las pocas horas que se dispone antes de la publicación—sacrificadas a lapsos laborables necesarios para la reflexión, discusión, análisis e interpretación.

En segundo término, la definición entre calidad y cantidad informativa que concibe el medio periodístico se expresa en la selección de acontecimientos para su publicación. En

esta fase del proceso de producción informativa se descubren las diversas concepciones que los medios manejan en torno a la noticiabilidad (el valor noticioso mayor o menor de los hechos para convertirse en noticia). Cuenta la cantidad y calidad de información existente, accesibilidad a la información, confirmación de datos, calidad y cantidad de los personajes (no es lo mismo—periodísticamente hablando, decir "murieron 2 personas en un accidente aéreo" que decir "murieron 500 personas en un accidente aéreo". Asimismo: el grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados, el impacto sobre la nación, la cantidad de personas implicadas, "nombres importantes", la evolución futura y disponibilidad de la información, su carácter de brevedad o extensión en relación a su importancia y al espacio disponible para ese tema y hecho en el periódico; la ideología de la noticia, su novedad, la calidad de la historia, el hecho de que sea o no una noticia representativa de categorías temáticas, buen material visual, etc. son algunos aspectos que se sopesan en lo anotado.

En esa situación de selección, los objetos (hecho noticiable) tienen determinación cuantitativa: magnitud, número, volumen, ritmo de los procesos, grado de desarrollo de las propiedades, etc. y cualitativa: "La calidad es la determinación del objeto, en virtud de la cual éste es precisamente el objeto dado y no otro, y se diferencia de los otros objetos" (Diccionario de Filosofía). Son categorías que regulan, desde sus propiedades, la potencial exposición de la veracidad de los datos y la cobertura informativa en concordancia a ese valor real (espacio, ubicación, espectacularidad gráfica, etc.). Esto deviene

En nuestro contexto varía la cantidad por reportero hasta 8 ó 10 hechos que deben ser recogidos y llevados a la redacción. Es de suponer que la exigencia cuantitativa puede desembocar en el desmedro cualitativo: falta de tiempo y dedicación a lo más importante, el recorrido por la ciudad de una a otra fuente de información...

El periódico es el rompecabezas que diariamente configura el mapa informativo de actualidad. La sobredimensión de algunos acontecimientos, modifica la percepción

en equilibrio. El periódico es el rompecabezas que diariamente configura el mapa informativo de actualidad. La sobredimensión de algunos acontecimientos, modifica la percepción. Esto, dentro de un proceso regular sistemático y rutinario que lleva a cabo el periodista y la redacción en su conjunto en la reconstrucción diaria del hecho social y cuyo producto no tiene sólo dimensión tempoespacial (actualidad e importancia social), sino posee también profundidad y relación de veracidad entre cantidad y calidad informativa.

La acción periodística reconstruye de manera inevitable la secuencia de situaciones, personajes, hechos, lugares, en el marco de las categorías analizadas y por tanto su reconocimiento es —creo— necesario para enriquecer la rutina. Su realización está vinculada al objeto de influencia. El público socialmente diferenciado, las audiencias, el lector del periódico, el televidente y el radioescucha son quienes reciben la información diaria en las coordenadas de calidad/cantidad, contenido/forma, sujeto/objeto para finalmente, tomar acciones sobre su realidad con ayuda del servicio periodístico informativo como totalidad sintetizada de las categorías mencionadas.

Desde este análisis, la acción informativa lleva en su interior —es válido anotar— una relación dialéctica que se genera entre calidad y cantidad en las fases señaladas del proceso de producción periodística —con todos sus agentes—, para su llegada a la opinión pública, de los hechos sociales, actuales, urgentes, candentes, importantes, presentados aquí e incorporados a las normas de recolección, selección y elaboración.

Desde esta perspectiva y en el caso concreto de la cantidad y la calidad informativa, el quehacer profesional tendría que derivar en una entrega informativa en términos de objetivación, verificación, comprobación, confirmación, claridad, continuidad, transparencia, ubicación contemporánea, importancia social como consecuencia, a su vez, del proceso de producción, cobertura y difusión.

La elaboración o reconstrucción de los hechos —como tercera fase de la producción periodística— contiene en sí un aspecto más a considerar y es el valor de los géneros periodísticos en la apreciación cualitativa de los acontecimientos.

La cualidad de los géneros informativos la hallamos en el esfuerzo explícito por la objetivación de los acontecimientos. Esto se traduce en una mutilación formal de la opinión, comentario, análisis, interpretación o propaganda del periodista y/o del medio periodístico sobre el hecho noticiable. Las cualidades del género se advierten en los datos objetivos.

Los géneros de análisis, síntesis y propaganda, libres del anterior concepto, presentan los hechos y además interpretan, comentan, analizan e interrelacionan a éstos entre sí y con sus circunstancias espacio-temporales. Las cualidades del género se manifiestan en la presentación de datos, mediada por la interpretación, análisis y comentarios del periodista.

Otro aspecto de la fase de elaboración se refiere a la redundancia, originalidad y saturación, conceptos extraídos de la teoría matemática de la información.

Redundancia, originalidad, saturación en las categorías de cantidad y calidad

La teoría matemática de la información contiene conceptos que enriquecen este artículo con el sentido de la redundancia, la capacidad, la frecuencia y la originalidad. Para ello, me permito extraer algunos aspectos de los apuntes empleados en clases sobre las teorías de la información.

La redundancia informativa (datos reiterados) se presenta cuando existe una repetición vacía de historias, personajes, situaciones, hechos y su sola práctica genera desinformación como consecuencia de la pérdida de interés en el hecho (un nítido ejemplo son las páginas internacionales). Una serie de hechos que objetivamente son significativos en el mundo contemporáneo — conflicto en Kosovo, Irak, — son lecturas

...un proceso regular
sistemático y rutinario que
lleva a cabo el periodista
y la redacción en su
conjunto en la
reconstrucción diaria del
hecho social y cuyo
producto no tiene sólo
dimensión tempo-
espacial (actualidad e
importancia social), sino
posee también
profundidad y relación
de veracidad entre
cantidad y calidad
informativa

abandonadas por el lector por haber tenido un mal tratamiento: Mucha información (saturación), poca o inexistente redundancia (contextualización, antecedentes, introducción). El resultado se presenta de varias maneras: desinterés, desinformación, falta de expectativas, desvío de lectura, cambio de páginas. ¿Las razones? Muchas. Entre ellas, considero la relación cantidad (saturación) y calidad (falta de contextualización, introducción). Hay que decirlo. Existen hechos candentes en lejanos lugares jamás escuchados por nuestro lector. Si a ello se excluye una ubicación geográfica, étnica, cultural u otra que aproxime al lector con el hecho, pues entonces, el resultado es la desconexión. En el mejor de los casos el público recordará el hecho por su urgencia, actualidad, cobertura (cantidad y extensión), pero sin vincular a su realidad, recordará simplemente como un fragmento tomado de no se sabe qué historia, sin título ni autor.

En otros casos —cuando el público es voraz consumidor de hechos novelescos —Mónica Lewinsky/Clinton— la redundancia y la saturación requieren nutrirse de novedades (no importa la calidad, veracidad, comprobación de ellas) para mantener el interés. Cabe resaltar —por otra parte— que sólo el *show* de algunos hechos resiste a la desproporción entre calidad y cantidad y sus propiedades o pierde noción de la verdadera información. Clinton no ingresó al debate por una relación extra matrimonial y todas sus circunstancias grandemente debatidas en nuestras ciudades del mundo (tergiversación), él tiene en todo caso un juicio de carácter moral: Mintió. (originalidad, hecho objetivo).

En la práctica, información de carácter extraordinariamente relevante que afecta a personalidades, instituciones sociales y periodísticas es enterrada en la confusión informativa, manipulación pública, saturación informativa logrando con esta desproporción entre calidad y cantidad la incapacidad del ciudadano en adoptar posiciones, acciones y decisiones acertadas. Porque "la infracción de la medida conduce al cambio del objeto o

...el quehacer profesional tendría que derivar en una entrega informativa en términos de objetivación, verificación, comprobación, confirmación, claridad, continuidad, transparencia, ubicación contemporánea, importancia social como consecuencia, a su vez, del proceso de producción, cobertura y difusión

fenómeno dado y a su transformación en otro objeto o fenómeno" (Diccionario de Filosofía). Resulta de esto evidente la importancia del reconocimiento de estas categorías en las situaciones de producción.

Un mensaje redundante se vincula al concepto:

A menor información, menor originalidad.

Más repetición, mayor redundancia.

Y por otro lado el concepto de originalidad (novedad), ingresa a la relación entre el grado de repetición (redundancia) y el grado de novedad (noticia, nueva información).

A mayor información, mayor originalidad.

Pero:

Más originalidad y más nueva información deriva en desinformación.

(En este caso se excluye toda contextualización y la información resulta tan nueva en datos que no llega a conectarse con el *background* del lector).

Más redundancia y más información repetida deriva en desinformación. (Todos los hechos ya son conocidos, han pasado un

proceso de interpretación y análisis, por tanto su repetición no es interesante mientras no se agregue datos novedosos al acontecimiento).

Concluye la teoría:

Redundancia para mantener el hilo conductor de la información (antecedentes del hecho, la continuidad de la información).

Originalidad para mantener la novedad. (el carácter actual, candente, urgente, importante que es inherente a la noticia).

En esta dialéctica reconocemos finalmente que "la cantidad es la determinación de la cosa, gracias a la cual se la puede dividir (de modo real o mental) en partes homogéneas y unir estas partes en un todo. La homogeneidad (semejanza, coincidencia) de las partes u objetos es rasgo distintivo de la cantidad. Las diferencias entre los objetos no semejantes unos a otros revisten un carácter cualitativo, y las existentes entre los objetos semejantes, cuantitativo".

BIBLIOGRAFIA

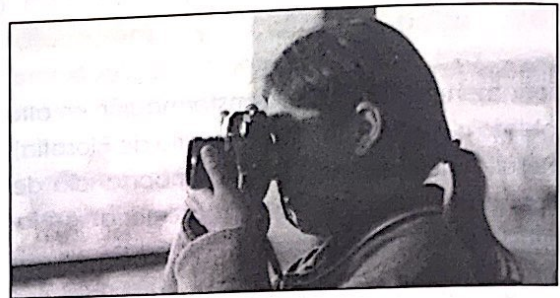
Diccionario de Filosofía. Editorial Progreso. Moscú-URSS 1984

Radio y Televisión: Los alumnos hablan

Inventar cosas nuevas, cosas originales, cosas que cambien el mundo, crear imágenes, sintonizar voces, son los roles fundamentales del laboratorio de Producción de Mensajes en radio y televisión, "una de las más emocionantes materias de la carrera", afirman los alumnos de la Facultad de Comunicación Social.

Las propuestas de trabajo oscilan entre la creatividad, la improvisación para superar obstáculos de campo y la invaluable experiencia pedagógica de "hacer y tocar uno mismo ese mundo de ficción", insisten los futuros artífices audiovisuales.

Desde 1989, muchos géneros han sido palpados, entre ellos las publicidades institucionales, los programas en vivo, educativos, de entretenimiento, los documentales y reportajes con temáticas que toman un abanico controvertido (migración,



política, sociedad, etc.). Una nota interesante es el hecho de que el Taller se ha tornado en una vivencia transversal, que involucra la investigación, el periodismo y el estilo, además de volcarse al público local y nacional en una rica retroalimentación.

El concepto de laboratorio da pie a la experimentación profesional con un creativo reciclaje de recursos humanos y técnicos. Quien pasa esta prueba está apto para competir.

Entre Líneas: a ocho años de circulación

El periódico experimental estudiantil Entre Líneas apareció por primera vez hace ocho años atrás (1992) y circuló semestralmente, durante todo ese tiempo, entre los universitarios que accedieron de manera directa a su contenido. Pronto se convirtió en una representación facultativa de los hechos sociales e institucionales próximos a la realidad de sus lectores. Mantuvo su carácter actual y periodístico en todos esos años y resultó grandemente enriquecedor el momento de asegurar la relación entre la teoría y la praxis en el periodismo, la comunicación, el diseño, la recolección de datos, el análisis e investigación. Porque, los poseedores de ambas formaciones a nivel universitario, son de todas maneras, estudiantes de semestres superiores de las carreras de Periodismo, Comunicación Social, Diseño Gráfico y Publicitario. Esta declaración del nivel de formación de redactores, investigadores y diseñadores fundamenta el periódico y su contenido.

En esta dialéctica, Entre Líneas ha decidido en 1999, ingresar al ámbito de un público mayor, heterogéneo y extremadamente disperso como es el que se aproxima a las páginas diarias de los periódicos de circulación nacional. Su carácter experimental permite y justifica esta necesaria incursión.