CUADERNOS SALMANTINOS DE FILOSOFÍA
Suplemento 1, Vol. 42, 2015, 345-360, ISSN: 2387-0818

APARIENCIA PERIODÍSTICA Y VERDAD EN LA FICCIÓN. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Mª Rosa Pinto Lobo
Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca. España
mrpintolo@upsa.es

Resumen: El artículo relaciona el nuevo orden narrativo (NON) con la técnica del "storytelling" y cómo se manifiestan en el periodismo actual. Se estudian los casos de tres periodistas: David Simon, Stieg Larsson y Ryzard Kapuscinski y cómo su obra muestra la difusa línea de los hechos, la recreación, la invención, la fábula, la historia, la apariencia y la verdad. Se contrastan estos casos con las aportaciones del paradigma narrativo de Fisher. Nos preguntamos también cómo se crean narraciones en Internet a partir de los periodistas estudiados. El ámbito de la verdad periodística se entremezcla con una apariencia de verdad mientras la ficción que aparenta realidad se convierte en acercamiento a ésta. La aproximación a este fenómeno, que se inicia a finales del siglo XX y se consolida en la primera década del siglo XXI, se lleva a cabo desde las aportaciones de la Teoría de la Comunicación.

Palabras clave: Fisher, Kapuscinski, Larsson, narración, periodismo, relato, Simon, "storytelling"

JOURNALISTIC APPEARANCE AND TRUTH IN FICTION. AN APPROACH FROM THE THEORY OF COMMUNICATION

Abstract: Communication links the new narrative order (NON) with the technique of "storytelling" and how they are manifested in current journalism. We study the cases of three journalists: David Simon, Stieg Larsson and Ryzard Kapuscinski and how their works show the blurred line of events, recreation, invention, fable and narrative. These cases are contrasted to the contributions of Fisher's narrative paradigm and notes how to create Internet accounts from the reporters studied the characteristics of this century. I show how Internet narratives are created from journalists studied where the field of journalistic truth is interspersed with an appearance of truth and fiction becomes reality seems closer to it. The approach to this phenomenon that began in the late twentieth century and consolidated in the first decade of the century takes place from the contributions of Communication Theory.

Key Words: Fisher, journalism, Kapuscinski, Larsson, narrative, Simon, story and "storytelling".

Universidad Pontificia de Salamanca

A Marceliano, sobre todo amigo.

INTRODUCCIÓN

Hay en el título de este artículo, homenaje a Marceliano Arranz Rodrigo, una palabra que se repetirá a lo largo de estas páginas, la palabra verdad. Volveré a ella referida al ámbito periodístico y de la ficción. En esta introducción, sin embargo, quiero que la verdad acompañe al homenajeado.

Para mí, Marceliano Arranz Rodrigo es un sabio. Me lo ha demostrado durante muchos años de trabajo compartido en la gestión de la Universidad Pontificia de Salamanca. Él como Rector, yo como Vicerrectora. Marceliano Arranz Rodrigo no solo ha sido y es feliz en su búsqueda de la verdad sino que, como señala San Agustín, nos ha dado muestras de que la ha alcanzado. Así podemos, de ahí mi atrevimiento, otorgarle la sabiduría a la que se refería San Agustín en *Contra Academicos*. La cita de autoridad no podía ser de otro pensador. Como llovizna pertinaz, Marceliano Arranz nos ha recordado las enseñanzas del Santo de Hipona y con ellas ha engalanado el acontecer diario de la vida en la Universidad Pontificia de Salamanca.

No he sido alumna suya pero he aprendido, y mucho, con el también Catedrático de Filosofía de la Naturaleza. Cualquier circunstancia, contratiempo, situación o contexto propiciaban la charla filosófica y el interrogante, el mismo que se dibuja en el *sus scrofa*, uno de sus animales preferidos.

El negro sobre blanco de la vida académica se ha tornado con Marceliano Arranz en un conjunto de colores al trasmitirnos su pasión por la naturaleza, la montaña, la música, las plantas, las cosas sencillas que para ser admiradas precisan de la atenta observación de quien no deja de cuestionarse y plantearse preguntas.

La verdad siempre ha estado en su relato filosófico. Ese ha sido el pacto que Marceliano Arranz Rodrigo ha acordado con sus colaboradores y amigos. Ese sería el pacto que me gustaría que establecieran los periodistas del siglo XXI con sus lectores y espectadores.

1. EL GIRO NARRATIVO

El milenio se inicia en EE.UU. con el llamado nuevo orden narrativo, un fenómeno importado por Europa algunos años después. "Bajo la inmensa acumulación de relatos que producen las sociedades modernas, nace un *nuevo*

Universidad Pontificia de Salamanca

orden narrativo (NON) que preside el formateo de los deseos y la propagación de las emociones"[1] Esta acumulación de relatos está adoptando la apariencia de verdad en el caso del periodismo y obligando a los periodistas a difundir una aproximación a la verdad desde la ficción.

En el siglo XXI se produce un giro narrativo precedido del "giro lingüístico", a mediados del siglo XX, teorizado por autores como Austin o Rorty; seguido del "giro discursivo" de Van Dijk, y el "giro semiótico" de los italianos Umberto Eco y Paolo Fabbri. La novedad que algunos proclaman, por tanto, no es tal. La llamada "era narrativa" podemos encontrarla a lo largo de la historia de la Humanidad pero es cierto que la tecnología del siglo XXI ha propulsado una nueva construcción de relatos. En el caso del periodismo, esta construcción de relatos le alejan de la verdad de los acontecimientos y conducen al periodismo al terreno de la ficción para poder reencontrarse con ella. En su crítica al libro *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear mentes* de Christian Salmon, el periodista Vincente Verdú esboza el siguiente retrato de la actual sociedad

> Con facilidad, en una sociedad de torpes mentiras ampliamente encadenadas, el cuento se hace rey. Frente al abuso de la razón en la Modernidad, el empleo de la emoción en tiempos posmodernos, frente al concepto el blink, frente a la filosofía la literatura y frente a la teología la moraleja[2]

Para entender la apariencia versus la verdad en los relatos de los medios de comunicación necesitamos atender al paradigma que nos presenta Walter Fisher.

2. FISHER Y EL PARADIGMA NARRATIVO

El paradigma narrativo de Fisher defiende la idea de que somos contadores de cuentos o historias y experimentamos nuestras vidas de forma narrativa. Este paradigma narrativo se enfrenta al paradigma racional o modo en que pensamos sobre el mundo y sus significados.

1 SALMON, C., *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear mentes.* Barcelona: Península, 2008, 211.

2 VERDÚ, V., "Todo es cuento" en *El País,* 22 de noviembre de 2008,13.

Universidad Pontificia de Salamanca

Paradigma narrativo versus Paradigma del mundo racional[3]

1. Los humanos somos contadores de historias.	1. Los humanos somos seres racionales.
2. La toma de decisiones y la comunicación se basan en "buenas razones"	2. La toma de decisiones se basa en argumentos
3. Las buenas razones se determinan por cuestiones de historia, biografía, cultura y carácter.	3. Los argumentos responden a criterios concretos de sensatez y lógica.
4. La racionalidad se basa en la conciencia de las personas de lo internamente coherentes y verdaderas que parecen las historias.	4. La racionalidad se basa en la calidad del conocimiento y el proceso de razonamiento formal.
5. Las personas viven el mundo como un conjunto de historias entre las cuales elegir. Al elegir, vivimos en un proceso de recreación continua.	5. El mundo se puede reducir a una serie de relaciones lógicas que se descubren mediante el razonamiento.

Fisher propone el término "Homo narrans" como la metáfora general para definir a la Humanidad. A este "Homo narrans" hoy añadiríamos el de "Homo Computatis" porque sus relatos son prolongación de sus canales sensoriales, en clara alusión al clásico McLuhan.

Para plantear su paradigma, Fisher trabaja con conceptos como narración, racionalidad narrativa, coherencia, probabilidad, fidelidad y lógica de las buenas razones. La narración es una historia, con una secuencia de acontecimientos, a los que los agentes receptores asignan un significado. Para Fisher, la narración no es el mismo relato del que hablan los que consideran el arte de contar historias o "storytelling" como una técnica de manipulación y persuasión de la opinión pública.

2.1. La racionalidad narrativa y sus principios

¿Qué criterio empleamos para distinguir qué historias son dignas de credibilidad? Según Walter Fisher, el criterio es la racionalidad narrativa. Ésta consiste en la correspondencia entre afirmaciones y hechos reales, constancia de todos

3 WEST, R. y TURNER, *Teoría de la Comunicación. Análisis y aplicación.* Madrid: McGraw-Hill, 2005, 312.

Universidad Pontificia de Salamanca

los hechos relevantes, coherencia de los argumentos y razonamiento según una lógica formal e informal. Los dos principios que sustentan la racionalidad narrativa son la coherencia y la fidelidad.

La coherencia se refiere a la consistencia interna de la narración, es decir, el agente receptor busca si la narración conforma una unidad. Por ello hablamos de una triple coherencia: la coherencia estructural, la coherencia material y la coherencia en los personajes. La coherencia estructural hace hincapié en el fluir de los elementos que constituyen el andamiaje de la historia. En la coherencia material se destaca el grado de congruencia entre una historia y otras historias relacionadas con ella. La credibilidad de los personajes de la historia es la que dota de coherencia a quienes intervienen en el relato.

El otro principio que sustenta la racionalidad narrativa es la fidelidad, es decir, la veracidad y la fiabilidad de la historia. ¿Cómo evaluamos la veracidad y la fiabilidad de la historia? El paradigma narrativo acude al método de la lógica de las buenas razones. Si la narración tiene fidelidad, ésta se constituye en buena razón para que el agente de la comunicación mantenga una creencia, actúe o juzgue la valía del relato.

Fisher señala que la lógica narrativa es un proceso que responde a un decálogo de cuestiones. Él divide este decálogo en dos series de cinco preguntas que se plantea el auditorio.

1. ¿Realmente se basan en los hechos las afirmaciones que dicen basarse en los hechos?
2. Al contarse la historia ¿se omite o se distorsiona algún elemento importante?
3. ¿Cuáles son los esquemas de razonamiento que hay en la historia?
4. ¿Cómo son de importantes los argumentos de la historia para cualquier decisión que pueda tomar el oyente?
5. ¿Cómo de bien aborda la narración los temas importantes del caso? [4]

Estas cinco preguntas constituyen una lógica de las razones. Para transformarla en una lógica de las buenas razones, existen cinco preguntas más que introducen el concepto de valores en el proceso de evaluar el conocimiento práctico.

1. ¿Cuáles son los valores implícitos y explícitos contenidos en la narración?
2. ¿Son los valores apropiados para la decisión que es pertinente para la narración?
3. ¿Cuáles son los efectos de adherirse a los valores incluidos en la narración?
4. ¿Son los valores confirmados o validados por la experiencia que se vive?
5. ¿Son los valores de la narración la base de la conducta humana ideal?[5]

4 WEST y TURNER, *op.cit.,* 317.
5 *Ibid.,* 317.

Universidad Pontificia de Salamanca

Este método de la lógica de las buenas razones nos permite diferenciar los relatos o narraciones de las historias empleadas como técnica de persuasión.

3. LA TÉCNICA DEL "STORYTELLING"

El arte de contar historias es tan antiguo como la Humanidad pero su aplicación como técnica a la política, la guerra, la gestión empresarial o a los medios de comunicación comienza a estudiarse en EE.UU. en la década de los noventa del siglo XX. Junto a los denominados mensajes líquidos y deformables por un público activo, los estudiosos de la técnica del "storytelling" defienden que una buena historia es interiorizada por la audiencia, construye el sentido que desea el relator y persuade, sin que el receptor sea partícipe consciente. El relato no habla al adulto sino al niño, no se dirige al intelecto sino al sentimiento del sujeto. Así, la presentación que se realiza del "storytellig" es la de una técnica de comunicación, control y poder.

La extensión de este artículo no nos permite analizar los términos relato, historia o anécdota. Conviene recordar, sin embargo, que la técnica del "storytelling" no busca la construcción de un verdadero relato (narrative) sino el intercambio de simples historias o anécdotas (stories) Esta técnica enmascara el testimonio con el relato de ficción y la narración espontánea con un "argumentario" previamente planificado. El relato se convierte en instrumento y rompe el contrato o pacto establecido entre los agentes de la comunicación. Es precisamente ese pacto el que permite a los agentes de la comunicación situarse en la realidad o en la ficción, en los acontecimientos espacio-temporales o en los sucesos virtuales. Si antaño los grandes relatos presentaban mitos universales y sintetizaban la experiencia del ser humano, las historias de hoy añadirían a la realidad unos relatos para trazar conductas, identificar modelos, orientar emociones y manipular al individuo sin aportar ninguna lección ni aprendizaje como el que heredamos de los autores clásicos. Los campos de aplicación de las "stories" son muchos, citemos aquí tres: la política, la industria cinematográfica y los videojuegos y, por último, el periodismo. Del ámbito político, la influencia del "storytelling" comienza con el Reagan actor, pasa por los "story spinners" o forjadores de historias que imponen éstas en la agenda política de la era Clinton, continúa con la "estrategia de Sherezade" del presidente George W. Bush y concluye con un Obama que en sus discursos recrea la historia soñada.

En la industria cinematográfica se impone la técnica del "storytelling" con la convergencia entre el Pentágono y Hollywood. Esta unión se plasma, en 1999, con la creación del Instituto de Tecnologías Creativas donde trabajan juntos guionistas de cine, expertos en videojuegos y personal del ejército de los EE.UU. La

Universidad Pontificia de Salamanca

guerra es un juego, parece una película y cualquier soldado puede ser el héroe protagonista cuando se encuentre en Afganistán o Irak.

Hemos dejado el periodismo para concluir este apartado porque lo abordaremos a continuación con más detalle. Solo apuntaré que sin los medios de comunicación la técnica del "storytelling" no sería posible en la sociedad actual. Periodistas y comunicadores se convierten, o pueden convertirse, en agentes al servicio de las historias trazadas o relatos.

Si algo define al periodismo es el ejercicio de contar historias, acontecimientos o sucesos de interés para la opinión pública. El periodismo ahora abusa de la noción de relato. ¿A qué relato nos estamos refiriendo?

4. APARIENCIA PERIODÍSTICA Y VERDAD EN LA FICCIÓN

En 1997 el periodista y escritor Tomás Eloy Martínez pronunciaba una conferencia titulada *Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI*. Rescato esa conferencia porque en ella Tomás Eloy Martínez lleva a cabo una tarea propedéutica del periodismo para la sociedad actual. En la técnica del "storytelling" se apunta a la diana de los sentimientos. Tomás Eloy Martínez reconoce que el periodismo debe seducir a su público y hoy el lenguaje es un instrumento insuficiente para el "homo videns" y el "homo computatis". Para el citado periodista, el duelo entre la inteligencia y los sentidos ha sido resuelto por el periodismo con la victoria de la narración. Pero debemos recordar que también él se refiere a la narración y no las meras historias.

> Las noticias mejor contadas son aquellas que revelan, a través de la experiencia de una sola persona, todo lo que hace falta saber. Eso no siempre se puede hacer, por supuesto. Hay que investigar primero cuál es el personaje paradigmático que podría reflejar, como un prisma, las cambiantes luces de la realidad. No se trata de narrar por narrar. Algunos jóvenes periodistas creen, a veces, que narrar es imaginar o inventar, sin advertir que el periodismo es un oficio extremadamente sensible, donde la más ligera falsedad, la más ligera desviación, puede hacer pedazos la confianza que se fue creando en el lector durante años[6].

Por eso nos advierte Tomás Eloy Martínez que un periodista no es un novelista

6 MARTÍNEZ, T. E, "Periodismo y Narración: Desafíos para el sigl o XXI" (1997, octubre 26) http: //www.fnpi.org/fileadmin/documentos/imagenes/Maestros/ Textos_de_los_maestros /periodismo.pdf (Consulta: 20 de enero de 2010)

Universidad Pontificia de Salamanca

> aunque debería tener el mismo talento y la misma gracia para contar de los novelistas mejores. Un buen reportaje tampoco es una rama de la literatura (…) volver a narrar la realidad con el asombro de quien la observa y la interroga por primera vez: esa ha sido siempre la actitud de los mejores periodistas y esa será, también, el arma con que los lectores del siglo XXI seguirán aferrados a sus periódicos de siempre[7].

El gran relato o narración ha dejado paso, en los últimos años, a las pequeñas historias anecdóticas que no son el reflejo del destino de muchos, sino de la particularidad y extravagancia de uno. Operaciones periodísticas como investigar, indagar, preguntar e informar están siendo sustituidas por operaciones como formular algoritmos de búsqueda de información o diseñar programas de inteligencia artificial que puede conducirnos a la era de los robots-periodistas.

Si se impone la técnica del "storytelling", el relato se convierte en instrumento que rompe el contrato establecido entre el periodista y el receptor, sin que éste sepa si la narración obedece o no al pacto de fidelidad a la propia conciencia y a la verdad. El auditorio no será el que dará sentido y significado a la información con ayuda del periodista, sino que éste modelará o *formateará* el sentido de la realidad "meciendo" con historias a los receptores.

La Sociedad Red está transformando el sentido de la narración. En *Más perdidos que el Quijote y Emma Bovary*, Jesús Ferrero señala que "Internet está cambiando las leyes de la narración, y si toda narración aspira a crear sentido, Internet estaría cambiando las leyes del sentido (que significa dirección y destino)"[8]

Ferrero hace hincapié en el problema del universo digital y cómo se desdibuja la tarea del profesional del periodismo.

> La información no aparece jerarquizada y diríase que toda ella tiene el mismo nivel al ocupar, como quien dice, el mismo plano o la misma planicie de la información (…) lo determinante es el nuevo modelo valorativo que está imponiendo el universo digital (…) En su papel más positivo, estas narraciones (y todo en Internet son "narraciones" de una u otra naturaleza) podrían generar y están generando ya una nueva forma de condensar e informar, así como una alteración en las maneras de argumentar y organizar los elementos narrativos, pero en su valor más negativo podrían producir una narrativa flácida y simplemente basada en la acumulación de materiales (…) Ya la imprenta –concluye Ferrero- creó su universo virtual y lo único que ocurre es que ahora nos hallamos ante una virtualidad diferente, más líquida,

7 *Ibid.*

8 FERRERO, J. "Más perdidos que el Quijote y Emma Bovary". En: *El País,* 19 de febrero 19 de 2010, 29.

Universidad Pontificia de Salamanca

más vasta y más plana. Dicho con otras palabras que engloban las tres definiciones anteriores: más oceánica[9].

La virtualidad oceánica citada por Jesús Ferrero, el paradigma narrativo y la técnica del "storytelling" de esta década están redefiniendo un periodismo que los receptores empezamos a buscar en la ficción que escriben los periodistas y no en la apariencia periodística de los medios de comunicación social.[10]

5. EL GIRO NARRATIVO EN EL PERIODISMO Y LA SOCIEDAD RED

Una panorámica de la Sociedad Red, con la Web social como elemento constitutivo de su estructura, supone reconocer la colaboración, la interactividad y la participación de sus usuarios en los micromedios: blogs, podcasts, videocast, wiki, RSS, redes sociales, etc. Esta participación conduce a la adjetivación del periodismo que tiene como apellido el de periodismo ciudadano o colaborativo, calificativos que comienzan –también hay que subrayarlo– a cuestionarse e incluso están adquiriendo en los últimos años una connotación peyorativa tras un inicial reconocimiento.

El periodismo ciudadano o periodismo colaborativo de la Sociedad Red implica una interacción o participación de los receptores que pasan también a ser emisores ignotos o sujetos que contribuyen a la construcción colaborativa del conocimiento. La construcción del conocimiento nos conduce a un paradigma epistemológico subjetivo donde la verdad existe como parte del conocedor de la verdad. Pero esa construcción no es ordenada, jerarquizada, con papeles y funciones claramente definidos, sino caótica, descentralizada, sin usuarios definidos ni funciones establecidas.

Se emplea la metáfora del bazar para explicar que todos exponen sus productos-mensajes. Así la Red Social es interactiva, interpretativa, comunal, colaborativa, autogestionada, descentralizada, acrítica, interconectada y anárquica. El espacio es hermenéutico, construido desde la interpretación individual sin más criterio que ser uno formando parte de un todo amorfo, que crece con discontinuidad en proyectos y personas. Ejemplo de esto lo tenemos en la red social Twitter. En ella, periódicos de todo el mundo se han dejado seducir por el microperiodismo efímero de 140 caracteres. En las redes sociales cualquiera

9 FERRERO, J., *op. cit.*, 29

10 Para un estudio de la apariencia y la verdad en televisión desde la Filosofía, véase BUENO, G., *Televisión: apariencia y verdad.* Barcelona: Gedisa, 2000.

Universidad Pontificia de Salamanca

puede ejercer cualquier profesión en cualquier momento, también la de periodista y, por tanto, quién mejor que los profesionales de los grandes diarios para estar presentes en las redes sociales. La cuestión que surge entonces es qué ocurre con el aval, con el principio de autoridad. Este principio de autoridad desaparece en la democratización que considera que toda opinión e información es válida en la Web social. Se borra así toda garantía de calidad que es la que debe constituir el reconocimiento de la información periodística. Los diarios están cruzando una frontera peligrosa al dejar en segundo plano esta marca de garantía de calidad y destacar su función de meros proveedores de contenidos en múltiples soportes. La diferencia entre proveedores de contenidos y noticias de interés público no es baladí.

Tomás Eloy Martínez nos da una pista para entender la trayectoria de los tres periodistas que presento en este artículo y que optaron por vías distintas para ejercer y defender el periodismo en su transición al tercer milenio. Para el periodista y escritor argentino, el gran periodismo descubre los modelos de realidad que se avecinan y que aún no han sido formulados de una manera consciente.

Ese modelo de realidad, construido a partir de historias interconectadas en un universo ficticio, fue anticipado por periodistas como David Simon –el más radical–, seguido de Stieg Larsson y, en tercer lugar, siendo víctima del modelo, el reportero Ryszard Kapuscinski.

6. FICCIÓN Y VERDAD EN EL PERIODISMO DE KAPUSCINSKI, SIMON Y LARSSON

Los tres fueron periodistas, los tres son conocidos por sus relatos de ficción y no ficción. Han mostrado la apariencia periodística y la verdad en la ficción. Los tres son protagonistas en la Web social con historias anecdóticas de amigos, enemigos y anónimos que dotan de un nuevo sentido a las narraciones por ellos contadas cuando aparecen en Internet. Son otras historias, son las "stories" de la Red, que alimentan el vasto océano del mundo virtual que ninguno de los tres escribió.

6.1. Periodismo, verdad y ficción en Ryzard Kapuscinski

El orden narrativo del periodista Kapuscinski parte de un relato de no ficción y el contrato pactado entre periodista y lector no siempre se cumple. La multiplicación de historias, empleando la técnica del "storytelling" en Internet, han

Universidad Pontificia de Salamanca

enjuiciado la tarea de quien ha sido considerado el maestro y representante del reportero del siglo XX.

La no ficción de los trabajos periodísticos de Ryzard Kapuscinski está en entredicho en un libro titulado *Kapuscinski non-fiction*, firmado por un amigo y discípulo suyo, Arthur Domoslawski.[11] En él se le acusa de espiar para los comunistas y de no ceñirse a la verdad en sus reportajes, inventando hechos que alimentarán la fuerza dramática de sus historias. El error, de confirmarse las acusaciones no desmentidas, está en romper el pacto establecido con la audiencia, quien no acepta que el periodismo sea la excusa para escribir literatura. La racionalidad narrativa no existe, desaparece la fidelidad porque se hunde la veracidad y la fiabilidad de la historia. A partir de este derrumbe, según hemos visto al estudiar el paradigma narrativo, la lógica de las buenas razones falla en el relato periodístico y no se produce la identificación en los valores del lector con el periodista.

Pero no sólo Domoslawski ha puesto en duda al maestro periodista, aunque su repercusión de lo escrito por el discípulo haya sido mayor por formar parte de las "stories" de Internet. Otros medios de comunicación también han apuntado la falta de rigor de sus reportajes. Las primeras críticas fueron lanzadas por John Ryle en *The Times*, en 2001. En sus páginas presentó una serie de inexactitudes que completó posteriormente *The Guardian*. En 2009, Jack Shafer llegó a afirmar que como reportero de una agencia estatal no podía escribir la verdad sobre Polonia y por eso lo hacía de África o Latinoamérica como alegoría de su país.

Kapuscinski ha sido víctima de sí mismo. Cualquier inexactitud, falta de rigor, no observación directa, inexistencia de fuentes y testigos convierten su no ficción en una "storytelling" que de manera exponencial presenta al periodista como un incompetente consciente. Esta descripción es su presentación en los primeros puestos de los buscadores de Internet y para los pobladores de la Sociedad Red el perfil que trazan es tan simple como la lectura de cualquier microrelato de no más de 140 caracteres. Es esto lo que destroza cualquier reputación periodística.

No tuvo Kapuscinski la visión de los periodistas que presentaré a continuación para, desde el pacto de la verdad de la ficción, contarnos en un relato clásico cuáles son los cinco sentidos del periodista. A ellos se refirió Kapuscinski en los talleres que impartió en la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, creada por el también periodista Gabriel García Márquez. Estos talleres sirvieron para la publicación de *Los cinco sentidos del periodista*. Kapuscinski sabía escribir

11 DOMOSLAWSKI, A., *Kapuscinski non-fiction. El hombre, el reportero y su época.* Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2010.

Universidad Pontificia de Salamanca

sobre el buen periodismo, así lo hizo en la obra citada o en *Los cínicos no sirven para este oficio*. Inquieta, sin embargo, leer la siguiente sentencia suya.

> Trabajar como reportero, con informaciones rápidas, era el precio de hacer lo que me gustaba: conocer gente, sumergirme en culturas, investigar sucesos, aprender del mundo, *escribir mis libros, el ser escritor* (la cursiva es mía) Resulta fundamental tener conciencia de ello para dominar la situación y no afectarse por las circunstancias. En este sentido es preciso *estar por encima de los hechos para dominarlos* como un piloto a la nave que conduce[12].

No es de extrañar que el piloto fuera tan omnisciente y ubicuo que, en algún momento, perdiera las coordenadas espacio y tiempo del observador periodista. Estoy de acuerdo con Timothy Garton Ash, autor de *Facts are Subversive* cuando afirma que

> parte de la emoción de leer a un escritor como Kapuscinski nace de pensar que esas cosas han ocurrido. El estaba allí. Lo vio con sus propios ojos. Estuvo a punto de morir por informar de los hechos. Es un principio que su propia retórica ha defendido con frecuencia a capa y espada (…) para una persona armada con una pluma, existen pocas obligaciones más serias que la de ser testigo veraz de grandes acontecimientos[13].

Kapuscinski creó un mito, su propio mito de reportero que arriesgó su vida en el ejercicio de la profesión. En esta creación no fue la ficción la protagonista sino la propia realidad, en ocasiones "intensificada", como el mismo Kapuscinski reconocía. Es entonces cuando nos encontramos con la apariencia periodística y con ese Heródoto de Kapuscinski que descubre que los mundos son muchos. Y el de los grandes relatos puede ser uno tan válido como el mundo del periodismo cuando todos los agentes de la comunicación cumplen con el contrato firmado.

6.2. La verdad en la ficción y la verdad en el periodismo de David Simon

David Simon es conocido por ser el creador de la serie de televisión *The Wire*. Estamos en el terreno de la ficción, de los relatos donde el guionista pacta con el espectador que la historia se sustenta en los principios de coherencia y

12 KAPUSCINSKI, R., "El periodismo como pasión, entendimiento y aprendizaje", *Revista Mexicana de Comunicación,* mayo de 2006, 2 <http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/kapuscinski1.htm>. (Consulta: 20 de marzo de 2010).

13 GARTON, T., "La polémica creatividad de Kapuscinski". En: *El País,* 12 de marzo de 2010, 33.

Universidad Pontificia de Salamanca

fidelidad para mostrar a los traficantes, delincuentes, políticos, policías y periodistas de la ciudad de Baltimore. El éxito de esta serie no es fruto de la casualidad sino consecuencia de la frustración del periodista David Simon. El había pateado las calles de Baltimore como reportero del diario *Baltimore Sun* y conocía, utilizando el lenguaje coloquial, a los buenos y a los malos, porque tanto unos como otros eran valiosas fuentes periodísticas. Esos quince años de reportero le han servido no sólo para conocer el éxito en el mundo audiovisual sino para defender la profesión periodística desde la ficción. En su comparecencia ante el Comité de Comercio del Senado de los EE.UU. criticó a quienes no defienden la profesión ni a sus profesionales. Atacó también al periodismo ciudadano y a los "bloggers". Simon argumenta que el periodismo tiene que dar respuesta a los porqués, y esto sólo es posible con periodistas comprometidos con la cobertura de un tema determinado. Para David Simon el periodismo es una profesión, no es un hobby como es entendido por "bloggers" o ignotos ciudadanos, que pueden ser comentaristas de noticias, pero comentar no es hacer periodismo.

No es de extrañar que la quinta y última temporada de *The Wire* esté dedicada al periodismo y la manipulación de los medios. El retrato que presenta de la profesión es demoledor porque los periodistas ya no tienen ideales, ya no buscan los porqués, no se interrogan por lo que sucede, no pueden ni desean entender. La verdad ya no tiene sentido, sólo quieren sucesos que no requieran indagación y sean fáciles de contar. Quieren las "stories" para poner en marcha la técnica del "storytelling".

David Simon ha buscado los porqués en la ficción cuando abandona el periodismo en el que no cree. El mismo ha confesado que la serie es una venganza contra sus antiguos editores de *The Baltimore Sun*, John Carroll y Bill Marimow, a quienes podemos reconocer en *The Wire*. De este modo, David Simon pasa a ser también personaje protagonista de los relatos de la globosfera y el universo digital se convierte en ágora de intercambio de acusaciones de antiguos jefes y nuevos bloggers.

David Simon hace periodismo de ficción en televisión y firma en cada episodio el mejor de los reportajes sobre la ciudad de Baltimore.[14]

Periodismo de ficción también encontramos en *Millennium* de Stieg Larsson, nuestro segundo caso.

14 En abril de 2015, los incidentes de los ciudadanos de Baltimore con el cuerpo de policía de la ciudad fueron noticia en los medios de comunicación. Los seguidores de la serie de televisión *The Wire* pudieron dotar de sentido a los acontecimientos porque poseían el complejo contexto de esa sociedad mostrado por un profesional de la información periodística desde el terreno del relato de ficción.

Universidad Pontificia de Salamanca

6.3. Periodismo en la ficción de Stieg Larsson

En *Millennium,* obra del periodista y escritor sueco Stieg Larsson, también hallamos periodismo de ficción. El personaje del periodista Blomkvist defiende un periodismo comprometido con la verdad, la justicia y la protección de las fuentes que ayudan a confirmar la información de interés público. Blomkvist puede ser el alter ego de Stieg Larsson. Está movido también por la venganza, como en el caso de David Simon. Larsson quería demostrar que él era periodista y que podía ejercer el mejor periodismo de investigación aunque le hubieran denegado el ingreso en la Escuela de Periodismo en 1972. Comenzó su trabajo en la agencia de noticias TT. Allí tuvo como jefe a Anders Hellberg, con quien mantuvo más de una acalorada discusión, y quien después aprovechó para poner en duda la autoría de sus novelas. Kurdo Baksi, uno de sus amigos periodistas, ha afirmado que la falta de imparcialidad, relevancia y neutralidad de sus textos hizo que su relación la agencia TT y sus colegas fuera turbulenta.

Larsson se especializó en investigar a la ultraderecha internacional. Otros temas sobre los que escribió fueron la violencia contra las mujeres y la denuncia de una sociedad sueca hipócrita y corrupta. Estos temas aparecen en sus novelas porque el periodista Mikael Blomkvist es un profesional comprometido con una causa, que trabaja en un medio capaz de denunciar los males que acorralan a la sociedad. Puede que Larsson presente una idealización del periodista. Algunos llegan a afirmar que es elegíaca. Esto último podemos ponerlo en duda desde el momento en que el periódico hace referencia al milenio como etapa en que se desarrollará su ideal profesional. Además tiene como protagonista el universo digital en la figura femenina de Lisbeth Salander, alguien que es capaz de ser ubicua, omnisciente y descubridora de inconfesables intimidades con un ordenador. Ella representa al usuario de la sociedad digital.

Larsson trató de plasmar con su trabajo periodístico los resultados de sus investigaciones. Fundó en 1995 la publicación *Expo.* En ella escribió artículos y reportajes sobre la violencia política y crímenes de organizaciones de extrema derecha. Pero Larsson no consigue "demostrar" el gran periodista que es y entonces recurre a la ficción. Aquí, en la ficción, puede ser el periodista justiciero, rebelde y comprometido que difunda la denuncia a miles de lectores. Larsson siempre creyó en su éxito y en el éxito de la verdad en la ficción. El triunfo de Larsson es el triunfo de la verosimilitud. El escritor Larsson, según el paradigma narrativo de Fisher, sustenta la racionalidad narrativa en la veracidad y fiabilidad de un relato que construye con su experiencia como periodista. El ejercicio profesional de Larsson facilita la lógica de las buenas razones. Éstas conducen al lector a adherirse a los valores que propone a través de sus protagonistas.

Universidad Pontificia de Salamanca

La vida de Larsson, como vimos también en el caso de David Simon, forma parte de una historia o "story" en el ciberespacio. Ésta ha sido propiciada por amigos y enemigos, admiradores y detractores anónimos, que han convertido su vida en la de un pésimo periodista, sediento de fama, con un final conspiratorio y un legado heredado por una familia distante. Todo ello, unido a su póstuma fama, le han convertido en icono sueco.

Deslindar la verdad de la mentira, lo cierto de la fábula en estos blogs o redes virtuales es adentrarse en un laberinto que requiere la presencia de una heroína de no ficción. Navegando por la red podemos leer que Larsson, según su amigo Kurdo Baski, no era buen periodista, ponía afirmaciones en boca del entrevistado que nunca había dicho y se comportaba como un hipersensible fanfarrón. Aunque se le esté cuestionando como periodista, el contrato narrativo de Larsson sobre la ficción del periodismo cumple todos los criterios del paradigma estudiado y consigue su objetivo de revindicar el periodismo con un relato clásico de ficción como la novela y después las películas sobre su obra *Milenium*.

CONCLUSIÓN

En la Sociedad Red nos encontramos con una vuelta a la narración en todos los ámbitos y procesos comunicativos, también en el periodismo. La diferencia con etapas anteriores se halla en que estas narraciones no son sólo literarias sino también audiovisuales y multimedia. No son relatos cerrados sino hipertextos abiertos en Internet para que los usuarios les doten de nuevos sentidos. No todas las narraciones son iguales, ni todas pueden someterse al escrutinio del paradigma narrativo, por ejemplo aquellas historias que surgen de la técnica del "storytelling". De los tres periodistas estudiados en este artículo, podemos concluir que David Simon y Stieg Larsson han optado por la verdad de ficción, alejándose de las técnicas de las "stories", mientras Ryzard Kapuscinski elige, en algunos casos, la historia de no ficción de apariencia periodística. A los tres periodistas, Internet les ha convertido en protagonistas de "stories" y sus trayectorias vitales podemos seguirlas aplicando la técnica del "storytelling". Esto entraña el problema de cuestionar la profesionalidad del reportero Kapuscinski en la sociedad actual de la verosimilitud y de engrandecer la tarea periodística de Simon y Larsson con relatos de ficción que obedecen a la lógica de las buenas razones. No es aventurado afirmar que quizá el periodista del siglo XXI deje de transformar la información en periodística y la convierta en relato creativo de ficción para seguir defendiendo la verdad del periodismo.

Universidad Pontificia de Salamanca

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

AGULERA, O., *La literatura en el periodismo*. Madrid: Paraninfo, 1992.
AGUILERA, O., *El proceso creativo.* Madrid: Fragua, 1998.
BUENO, G., *Televisión: apariencia y verdad.* Barcelona: Gedisa, 2000.
CHIAPPE, D., *Tan real como la ficción.* Barcelona: Laertes, 2010.
DOMOSLAWSKI, A., *Kapuscinski non-fiction. El hombre, el reportero y su época.* Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2010.
ECHEVERRÍA, J., *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno.* Barcelona: Destino, 1999.
FERRERO, J., "Más perdidos que el Quijote y Emma Bovary". *El País,* 19 de febrero de 2010, 29.
FISHER, W.R. *Human Communications as narration: Toward a philosophy of reason, value, and action.* Columbia: University of South Carolina Press, 1987.
FISHER,W.R.,"The narrative paradigm: An elaboration". *Communication Monographs,* Nº 52, 347-367.
GARTON, T., *Facts are Subversive.* London: Atlantic Books, 2009.
GARTON, T., "La polémica creatividad de Kapuscinski". *El País,* 12 de marzo de 2010.
HERRSCHER, R., *Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura.* Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, 2012.
KAPUSCINSKI, R., "El periodismo como pasión, entendimiento y aprendizaje", *Revista Mexicana de Comunicación,* mayo de 2006. <http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/kapuscinski1.htm>. (Consulta: 20 de marzo de 2010)
MARTÍNEZ, T.E. (1997, octubre 26) "Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI" <http: //www.fnpi.org/fileadmin/documentos/imagenes/Maestros/Textos_de_los_maestros/periodismo.pdf> (Consulta: 20 de enero de 2010)
PAVLIK, J.V. *El periodismo y los nuevos medios de comunicación.* Barcelona: Paidós, 2005.
RODRÍGUEZ, J.M. (Coord.) *Contar la realidad. El drama como eje del periodismo literario.* Madrid: 451 Editores, 2012.
SALMON, C., *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear mentes.* Barcelona: Península, 2008.
VERDÚ, V. "Todo es cuento". *El País,* 22 de noviembre de 2008, 13.
WEST, R. y TURNER, L.H. *Teoría de la Comunicación. Análisis y aplicación.* Madrid: McGraw-Hill, 2005.

Universidad Pontificia de Salamanca