

Foro: Periodismo y Relaciones Públicas: ¿matrimonio o campo de guerra?

Lugar: Universidad del Sagrado Corazón

Fecha: 2 de noviembre de 2010

Ponente: Ricardo Currás, WKAQ 580 AM

- *Saludos*

- *Mención especial: el valor del debate de las ideas*

El sabio puertorriqueño Esteban Tollinchi en su libro: *Las metamorfosis de Roma. Espacios, figuras y símbolos* escribió la siguiente expresión para reflejar lo que es capaz el ser humano: "Todo lo que ha hecho el hombre [la mujer] lo ha hecho a condición de superar la inercia del espíritu y en ningún momento han sido los ignorantes, los indiferentes o los ciegos de espíritu los que han dado la norma para la contemplación de la verdad, el bien o la belleza". Con esta cita quiero partir mi exposición para dejar claro que disfruto que sea la Academia el lugar donde se discuta este debate que hoy nos ocupa entre el Periodismo y las Relaciones Públicas.

Hace mucho tiempo que en nuestro País hablar de Periodismo y Relaciones Públicas se discute con interés, insistencia y preocupación. Mucha gente trabajando en los medios, muchos estudiantes en las escuelas o facultades de Comunicaciones y un bombardeo mediático por el botín del "glamur" de los medios de difusión. Todos quieren ser "anclas" o todos quieren servir como relacionistas de Ricky Martin. De manera que la interrogante de la temática: ¿Matrimonio o campo de guerra? es propicia para rebasar tal naturaleza. Por consiguiente, mi postura parte hacia lo que entiendo debe ser lo próximo: el periodismo puertorriqueño ya es hora de que hable sobre casamiento entre historia o las disciplinas humanísticas, y divorciar el discurso con las Relaciones Públicas.

Hoy día debemos reconocer una realidad mundial: los medios electrónicos e impresos están en manos de empresarios, y el periodista o reportero busca la noticia para ser informada, mientras que el relacionista profesional trabaja de modo estratégico con la información para mantener una reputación. Por seis años trabajé en una oficina de Prensa y Relaciones Públicas donde aprendí a tomar distancia y categoría de ambas labores. Tal desempeño me llevó a reafirmarme en lo siguiente: Si bien me molesta que hayan relacionistas que quieran ser periodistas, mucho más me molesta el ver periodistas que quieran ser relacionistas. Claro con la aclaratoria de que hay que mirar los cambios de oficio desde la perspectiva individual, monetaria y empresarial.

Con el pasar del tiempo en el medio radial en que laboro WKAQ 580 AM he ido verificando errores que cometen los relacionistas, y aquí debo señalar que no son todos, pero mi realidad ilustra lo siguiente: 1.) *imposición de criterio*. Recuerdo un día que estaba como productor del programa de Normando Valentín y atendí una llamada telefónica de una relacionista a la que reconocí por su voz. Inmediatamente me reclamó negativamente el por qué Normando y el programa le daba espacio a la contraparte de la relacionista, aun sabiendo esa relacionista que su cliente al otro día tenía asegurado su espacio en el programa. El segundo error es la reacción tardía a la noticia y sin rigurosidad. Aquí traigo un ejemplo fresquecito. Cuando ocurrió la crisis reciente en el sistema de frenos de los carros marca Toyota, WKAQ abrió su noticiario “Temprano en la mañana” con este asunto como la Gran Noticia de la Hora. Y no fue hasta casi llegada las tres horas de emisión donde hubo una reacción por parte de la gerencia. Aquella explicación estuvo tarde, acabándose el noticiario y el desglose de ideas no fue convincente, por lo que se perpetuó la discusión. Con esto lo que quiero dejar claro es que el periodista trabaja con el hecho, con la noticia ^{procurando esa relación} y el relacionista vela por la imagen de su cliente.

Otro comportamiento, aunque en menor escala son los tan mencionados “portavoces de Prensa”. Personas pagadas por sus jefes para hablar o dirigir una conferencia de prensa o una criatura de la década de los '90, bajo la gobernación de Pedro Rosselló, donde surgieron los llamados: comunicadores, y esto créanme, tanto para los relacionistas serios como para los periodistas es una gran confusión. Me resultó increíble el que una persona como Félix Plaud fuera contratado por Kenneth McClintok cuando era presidente del Senado como “asesor en comunicaciones”, y me resulto más sorprendente que ahora como secretario de Estado, McClintok tuviera bajo contrato al ex senador Orlando Parga, como “asesor” también en comunicaciones, con la labor principal de redactar comunicados de prensa. Esta incongruencia la he visto como un error y como una total falta de seriedad hacia la labor periodística porque el intercambio comunicacionales se verá reducido a lo partidista.

Durante el tiempo que llevo ejerciendo la labor periodística ha aprendido que lo que hago es un privilegio y no un poder. Puesto que por mi experiencia puedo determinar que mi función no debe descarrilarse del objetivo primordial: la difusión con rigurosidad de la noticia o del hecho con todos los elementos de juicio para que el receptor forme su opinión. Pienso que ya es hora de que descartemos ese discurso de bien y mal entre el Periodismo y las Relaciones Públicas. ¿Por qué? Porque como periodista aprendí que

el ejercicio del enfoque noticioso es para inquietar descubriendo verdades incómodas, y las relaciones públicas gestionan una disciplina deliberada para obtener una retroalimentación positiva. Y esto lo preciso porque trabajé en los dos lados, aprendí a respetar las relaciones públicas, pero más aprendí a respetarme a mí mismo.

Horacio Verbistky, periodista argentino y uno de los maestros de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (que dirige Gabriel García Márquez) dice que: "Periodismo es difundir aquello que alguien no quiere que se sepa; el resto es propaganda. Su función es poner a la vista lo que está oculto, dar testimonio y, por lo tanto, molestar". Tal testimonio demuestra los dos carriles por la cual transitan el Periodismo y las Relaciones Públicas. Que en algún momento, y como pasa a diario, se saludan diplomáticamente para que fluya una parte de la información, eso es correcto. Un periodista que quiera entrevistar a un presidente de una empresa o al máximo político de un país le toma días, semanas, meses ^o y años, y donde el trayecto lo hace con la colaboración del relacionista o portavoz de prensa, observando los dos sus códigos de ética. Claro que hay periodistas con agendas contrarias al cliente del relacionista y se aprovechan "del poder" para escribir o publicar algo falso, pero esas personas dejaron a un lado su criterio y sucumbieron.

Constantemente estoy pensando y reflexionando sobre la función intelectual, cultural y social del periodista. Me convence saber que el periodismo siempre es una herramienta para la aspiración de una convivencia civilizada. Por consiguiente, he aquí algunos retos a superar; 1.) la lectura: los periodistas deben leer más, así que manejar el tiempo es fundamental, 2.) redacción: la escritura correcta es un reto diario y se produce cuando se conocen las reglas ortográficas y se internaliza que con el lenguaje educamos al que nos lee, 3.) superar una mala costumbre o solecismo: hay que vencer el molesto adverbio "aparentemente" y el transitivo "alegadamente", el castellano es riquísimo para sustentar la objetividad, 4.) cultivar una tradición que consolide la difusión constante y permanente de noticias internacionales, y eso está en el criterio del periodista sea productor, presentador, editor o reportero, y 5.) las escuelas, facultades y estudiantes de periodismo deben enterrar el pregón de que se estudia periodismo para ser "anclas", porque anclados en el fondo del océano quedarán. En cuanto a las nuevas tecnologías: bitácoras electrónicas ("blogs"), mensajes de texto y las redes sociales en mi trabajo radial las integro todas, pero el discernimiento, producto de la formación académica y la experiencia, permite ser cauteloso con lo que se publica.

Xavier Mas de Xaxás, periodista catalán en su libro: Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación, apuntó al decir: “Hace tiempo que fuimos rebajados de ciudadanos democráticos a consumidores de la abundancia. Somos público, audiencia y nicho de mercado porque nuestro valor añadido no está tanto en la capacidad para elegir gobernantes –de eso se ocupa mucho más el ^{marketing} político- sino en la de comprar lo que no sabemos qué necesitamos”. El periodista trabaja para un medio y tiene sus jefes, pero la jefa del periodismo es la verosimilitud en la noticia. En las relaciones públicas, donde también impera un código de ética, el relacionista trabaja para la reputación de su jefe o cliente. Por lo tanto, sostengo y defiendo que el periodista debe dejar a las Relaciones Públicas como el físico a la energía nuclear, tranquilita, para que no hayan explosiones donde no las debe haber.