



Cristóbal Edwards es profesor de la Facultad de Comunicaciones UC, corresponsal en Chile de la revista *Time* y colaborador *freelance* de varios medios de Canadá, Estados Unidos y Gran Bretaña. [cedwards@uc.cl]

Blancos y negros del corresponsal extranjero

“Add color”, es lo que comúnmente piden los editores a los corresponsales cuando les encargan un artículo de interés periodístico internacional. Es usual que, en este ámbito, se adopten ideas preconcebidas, prejuicios y fórmulas probadas para reportear una noticia en un país específico. Sin embargo, esto puede ser, a fin de cuentas, un arma de doble filo para los fines informativos.

La primera oportunidad de reportear para el extranjero la tuve a fines de 1998, meses después de graduarme de un Master of Science in Journalism por la Northwestern University. La detención en Londres del ex dictador Augusto Pinochet, acusado de violaciones a los derechos humanos, produjo mucha demanda de información sobre el país, tal como sucedió durante el golpe de estado de 1973 y en los momentos álgidos del gobierno de Allende y la dictadura militar. Los medios informativos más importantes del mundo se interesaron en lo que ocurría en Chile con Pinochet detenido: qué hacía el gobierno y la oposición, cómo reaccionaban las víctimas de la dictadura, qué opinaban quienes lucharon por la restauración de la democracia, cuáles eran las implicancias de este caso en el devenir de otros ex dictadores.

Comencé a reportear para la revista norteamericana *Time*, luego para el periódico británico *The Sunday Times* y, más adelante, colaboré con envia-

dos especiales de *BBC News* y realicé despachos en vivo para *CNN International*. Ceñirse a las exigentes pautas noticiosas de los editores norteamericanos y europeos fue tan desafiante como hacer el postgrado, porque los temas estaban enfocados con gran creatividad, las fuentes consultadas debían ser relevantes, variadas y originales, y la cantidad de información requerida superaba con creces la que finalmente era impresa o salía al aire.

Pero no todo era perfecto. Al poco tiempo me di cuenta de que una de las condiciones *sine qua non* del corresponsal era lidiar con los prejuicios y errores de juicio de los editores extranjeros. A mediados de 2001, una gran multitud se reunió en la céntrica Plaza Italia de Santiago. Un editor del periódico *The Sunday Times* me llamó para averiguar más sobre la “gran manifestación ciudadana contra Pinochet”. En esos días se esperaba que la Corte Suprema chilena decidiera si el ex dictador podía ser enjuiciado por su responsabilidad en la violación de derechos humanos. Le dije al editor que, en realidad, esa “gran manifestación” celebraba un importante triunfo en el campeonato de fútbol nacional. Perplejo, insistió en la posibilidad de que algunos aprovecharan el evento para demandar justicia. Fue difícil explicarle que a casi un año y medio del regreso de Pinochet de Londres a Santiago, la magnitud y frecuencia de los disturbios en la calle era muy inferior a los de fines de 1998. Finalmente, se dio cuenta de que su idea de reportaje sobre la presión ciudadana para demandar justicia no se sostenía. “Well, keep me posted [bueno, mantenme al tanto]”, me pidió.

Nociones preconcebidas y originales

No es fácil ser corresponsal. Muchos no son originarios del país donde trabajan y, al menos al comienzo, no están familiarizados con la cultura local ni cuentan con una amplia red de fuentes informativas. Incluso cuando el reportero es del país y sabe a quiénes recurrir para obtener información

de calidad, es corriente que cuente con poco tiempo para cubrir un evento o trabajar un reportaje. Y aun cuando sí conozca el tema, es posible que su editor en Nueva York o Londres tenga un conocimiento superficial, parcial o tergiversado sobre el asunto, algo que puede afectar lo que se publica o transmite. No en vano, es muy corriente que el público local considere incompleta o tendenciosa la cobertura informativa que hacen de su país los grandes medios periodísticos y las agencias noticiosas. Esto lo reclaman, por ejemplo, tanto quienes apoyaban el gobierno militar de Pinochet como quienes se oponían a la dictadura. Algo similar les ocurre a los israelíes, libaneses y palestinos con respecto a lo que se informa en el extranjero sobre sus actuales conflictos.

Según Tim Padgett, corresponsal jefe de *Time* para América Latina, es responsabilidad del periodista rectificar el encargo de su editor: “Simplemente se lo aclaro lo más diplomáticamente posible. Es lo que cualquier editor esperaría de uno”, explica.

“A veces, los editores tienen nociones preconcebidas sobre cómo debe salir un artículo, lo que tiende a inhibir ángulos originales o formas más novedosas de relatar las historias”, dice Padgett. “Brasil debe ser sobre las tangas, India sobre los elefantes y Francia sobre el vino. El trabajo del corresponsal consiste en romper esos estereotipos y encontrar un enfoque más fresco y original para el relato, y estar preparado para convencer a un editor de por qué ésa es la dirección más interesante para una historia”.

Un buen ejemplo ocurrió este año en *Time*: unos artículos sobre el uso en Brasil de biocombustibles hechos de caña de azúcar mostraron que

ese país, además de un atractivo destino de viajes, es un pionero tecnológico.

Algunos han elegido colaborar con las publicaciones que aprecian o admiran, como Ruth Bradley, que ha sido corresponsal en Chile durante unos diez años para *The Economist*. También colabora con *The Financial Times* sobre economía, finanzas y negocios. “Los editores confían en mi juicio. La divergencia de puntos de vista se conversa, se analiza”, dice.

Fiona Ortiz, corresponsal jefa de *Reuters* en Chile, admite que cuando se le asigna un artículo cuyo enfoque no comparte, reporta el tema y redacta la noticia guardando fidelidad a la información que ha conseguido. “Cuando los editores quieren cambiar mis historias, corrientemente conversamos los cambios. A menudo estoy de acuerdo con ellos. Pero si quieren añadir tergiversaciones o errores, por supuesto que les hago ver mi punto de vista sobre los hechos”.

El problema, reconoce Bradley, es el continuo debate entre una noticia atractiva versus una representación fiel de un hecho periodístico. Para ella, a veces ayuda llevar un buen tiempo en el país y conocer los temas, pero otras veces la mirada bien informada desde el exterior ayuda a distinguir los árboles del bosque. De hecho, los reportajes especiales de Chile a cargo de *BBC News*, *Discovery Channel* o *National Geographic* suelen golpear a la opinión pública chilena mucho más que los de los medios locales. La entrevista de la revista *The New Yorker* a Pinochet, semanas antes de su detención en Londres en octubre de 1998, fue la más completa y noticiosa que se ha publicado en todo el mundo desde entonces.

Es muy corriente que el público local considere incompleta o tendenciosa la cobertura informativa que hacen de su país los grandes medios periodísticos y las agencias noticiosas.

“A veces, los editores tienen nociones preconcebidas sobre cómo debe salir un artículo, lo que tiende a inhibir ángulos originales o formas más novedosas de relatar las historias”.

Pese a que los medios extranjeros tienen menos conocimiento de la realidad cotidiana chilena, la calidad del contenido, el tratamiento ético de las fuentes, el enfoque original y la campaña de promoción explican en buena parte el éxito de su trabajo periodístico.

Por ejemplo, el foco del artículo de *The Economist* sobre la manifestación estudiantil por mejores condiciones de enseñanza fue el resultado de una serie de conversaciones que Ruth Bradley mantuvo con alumnos del Liceo de Aplicaciones: “Los estudiantes me dijeron que esta protesta demostraba que la influencia de Pinochet ya no existía”. La generación más joven de chilenos no demostraba temor ante la autoridad; era una nueva forma masiva, enérgica y relativamente pacífica de protestar. Ese enfoque del tema no fue sólo periodístico, sino original y vivo.

Los colores de la realidad

Según la corresponsal de *Reuters*, la mayoría de las veces los periodistas escribimos sobre personas “coloridas”. El *lead* del relato se presta para entregar detalles vivos; por ejemplo, sobre cómo se ven y se comportan en público. Hay color incluso en una aburrida cumbre de mandatarios o un encuentro de empresarios. ¿Por qué Michelle Bachelet sonrió cuando el presidente venezolano, Hugo Chávez, le dijo algo al oído? ¿Por qué el presidente de Bolivia, Evo Morales, le regaló un charango a la secretaria de estado norteamericana Condoleezza Rice? ¿Por qué George Bush se vio involucrado en una pelea con personal de seguridad chileno en la cumbre de la APEC en Santiago? En ese último caso, Ortiz tuvo una discusión con sus editores, porque querían dar-

le una importancia desmesurada a esa anécdota. De hecho, para la mayoría de los medios internacionales ese altercado fue lo más noticioso de la cumbre.

El color es un complemento necesario del reporte de los hechos y los datos. Es lo que hace toda la diferencia entre un relato interesante y uno tedioso. Más aun, muestra cuán original, especial y compleja puede ser una situación o persona. “El color es una forma importante de mostrar [lo que ha ocurrido] al lector en vez de solo contarlo”, dice el corresponsal para América Latina de *Time*. “Hace que el artículo sea más significativo para el lector cuando se pueden ilustrar datos estadísticos puros con ejemplos sobre cómo la situación que se reporta afecta en concreto a los seres humanos. Es incluso más importante en un evento noticioso más inmediato como un terremoto, una guerra o una elección, porque una parte importante del trabajo consiste en trasladar al lector al evento, para ayudarlo a entender mejor”. Padgett agrega que, de lo contrario, el lector se desinteresa. El color, más que desvirtuar los hechos, los pone en foco de una mejor forma.

Lo importante es aplicar bien el color; usarlo cuando corresponde. Para Ortiz, éste no sólo cabe en los artículos sobre desastres naturales y otros asuntos que afectan a la gente y producen una fuerte reacción emocional. “De hecho, el color también puede funcionar en relatos sobre negocios, especialmente si hay algún drama humano, como una lucha por el control accionario entre diferentes compañías”, explica. En todo caso, la mayoría de los artículos sobre Chile que ella envía a sus editores no contiene este elemento, porque no corresponde: “Cuando se siente extraño o forzado, estoy en contra del color”.

Los medios suelen presentar las informaciones de acuerdo con ciertas fórmulas para que el público conozca la noticia en forma rápida, clara y concisa.

El color puede destacar, matizar y contextualizar una noticia si está bien usado. Pero está mal para exagerar o cambiar algunos aspectos en forma artificiosa. En palabras de Bradley, está bien empleado cuando se trata de consignar la *vox populi*, la opinión de la calle, de la gente común y corriente. Pero es un error cuando se usa para que una información aparezca más importante, actual o novedosa de lo que realmente es.

Noticias y estereotipos

En las revistas de prestigio y audiencia internacional, el espacio es muy limitado. Por eso las noticias deben competir mucho para poder ser publicadas. En *The Economist*, por ejemplo, hay sólo tres páginas para toda América Latina y Canadá. Hasta 2002, *Time* publicaba una edición latinoamericana de la revista, que tenía dos o tres páginas para temas exclusivos de la región. Los más importantes fueron portada, como la crisis político-económica de Argentina, las tragedias causadas por huracanes caribeños y la corriente marina de El Niño. También los nuevos líderes menores de 40 años de América Latina (donde figuraban los chilenos Andrés Velasco, Alberto Fuguet y Juan Luis Castro).

Hoy, en cambio, las noticias y los personajes de Chile también compiten con los del Medio Oriente, China, Europa y Estados Unidos. Por eso, rara vez se informa sobre un accidente o un desastre natural que ocurre en Chile, porque el número de víctimas o afectados, y la cuantía de los daños, son muy menores a los de las tragedias que ocurren en África, Irak o el sudeste asiático, por ejemplo. En cambio, sí ha sido de interés internacional la elec-

ción de nuestra primera presidenta, la investigación sobre el cuestionado enclave de inmigrantes alemanes de Colonia Dignidad, el continuo crecimiento económico chileno en una región tan inestable como Sudamérica, la enorme reserva natural en la Patagonia del millonario medioambientalista norteamericano Douglas Tompkins y, por supuesto, el devenir de Pinochet. Es corriente que los editores y los medios tengan ciertos temas favoritos, lo que produce desequilibrios en la balanza del valor noticioso de lo acontecido en uno y otro país.

“Chile estaba determinado por Pinochet, el dictador sangriento y de mano firme en los años 70 y 80. Luego, en los 90, fue catalogado como el modelo económico de un país chico que luchaba por la democracia. Los editores se quedan pegados en esos estereotipos”, dice Bradley. Un fotógrafo chileno que colaboraba con medios extranjeros decía que detestaba a Pinochet pero que gracias a él, a la cantidad de trabajo que tenía, había podido pagar la educación de sus hijos. Así de importante era Pinochet en la cobertura noticiosa sobre Chile.

Bradley señala que persisten las etiquetas: “El tema de la primera mujer electa presidente tuvo demasiado color”. Pero a medida que los medios extranjeros incluyen una mayor diversidad de informaciones sobre Chile, se descubre un país con más matices. “Los inversionistas extranjeros se forman la idea de que Chile es un país moderno y más exitoso de lo que realmente es. El ingreso anual *per capita* de siete mil dólares está distribuido inequitativamente, aunque es cierto que el nivel de pobreza es diferente al de los países vecinos”, reconoce la corresponsal de *The Economist*. Sin embargo, también destaca que al considerar los temas

de la campaña de Bachelet y Piñera, “uno se encuentra con los mismos asuntos que en Europa: salud, educación, asistencia social”.

Información receta

Los medios suelen presentar las informaciones de acuerdo con ciertas fórmulas para que el público conozca la noticia en forma rápida, clara y concisa. En sí, estas “recetas” no son necesariamente malas, “porque ayudan a los lectores a entender y sistematizar la información”, dice Bradley. El problema, explica, es que pueden “entrometerse con la exactitud”.

En *Reuters*, las noticias breves, urgentes e importantes siguen un cierto patrón de relato, por lo que el enfoque original es exigente. “Tenemos límites de extensión muy estrictos. La mayoría de nuestras noticias son muy cortas y eso limita al redactor, pero incluso así es posible ser original”, dice Ortiz. La extensión máxima de los reportajes es de 900 palabras, y la de las noticias importantes, inferior a 700. “Eso sí, creo que el límite de palabras puede afectarnos a veces. Por ejemplo, hubo cierta crítica al artículo que hice sobre la victoria de Bachelet porque no incluía parte del contexto sobre Allende, pero le señalé a los edito-

res que la competencia estaba escribiendo relatos más largos”.

El aumento de la oferta informativa ha vuelto más fiera la competencia por ganarse el interés y la fidelidad del público. Muchos medios usan el color para captar su atención, destacando ciertos hechos, tergiversando otros, o enfocando información conocida desde ángulos novedosos que la convierten en rareza. Sin embargo, al mismo tiempo la segmentación de las audiencias (y su internacionalización) exige información más detallada para públicos especializados. En el caso de Chile, por ejemplo, además de los interesados en la política internacional, las inversiones en los mercados emergentes y los defensores de los derechos humanos, el país es crecientemente atractivo como destino de viaje. Los corresponsales debemos considerar estos géneros o áreas de interés que la audiencia extranjera relaciona con nuestros países, pero también es importante matizarlos con lo que nosotros consideramos importante. Los prejuicios, estereotipos e ideas preconcebidas pueden servir para “colorear”, pero hay que tener cuidado. No vaya a ser que, por añadir color y más color, el cuadro que presentamos se sature y terminemos mostrando algo en blanco y negro.

