



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Graham MEIKLE

Interpreting News

Palgrave MacMillan, Hampshire y New York, 2009, 226 pp.

Interpreting News podría funcionar como manual académico para una asignatura de Teoría del Periodismo... en inglés. Ahora que algunas facultades españolas se abren a la educación bilingüe, este nuevo volumen de Graham Meikle (antiguo profesor de la Macquarie University de Sydney, actualmente en la británica University of Stirling) sería el perfecto banderín de enganche para los nuevos estudiantes de esta disciplina. Con una estructura ordenada, un ramillete de ejemplos atractivos –muchos extraídos del ámbito australiano, dada la procedencia académica de Meikle– y un estilo que combina la profundidad académica con la soltura ensayística, el autor traza un repaso a los elementos centrales que configuran el periodismo actual. Y lo hace con una idea que actúa como leitmotiv del libro: el concepto de poder simbólico enunciado por Bordieu. Partiendo de ahí y con la idea de Carey de que la definición de la realidad constituye la forma fundamental de poder, Meikle interpreta las noticias en términos de dominio simbólico y dejan claro cómo los medios –al definir la realidad– son las instituciones que más ejercen dicha soberanía: “El poder simbólico versa sobre la definición de la realidad” (p. 3). Retejiendo esta idea, el libro diferencia cuatro colectividades que ejercen esa potestad: las organizaciones mediáticas y sus propietarios, los periodistas, las fuentes de información de alto nivel y las audiencias. Los ocho capítulos del libro se articulan en torno a esos grupos. Los capítulos iniciales –clásicos en un volumen panorámico como este– reflexionan, desde puntos de vista complementarios, sobre el concepto de noticia. Así, en el primero, “Defining the News”, se analiza su categoría textual y, también, como engranaje en un proceso de producción, distribución y recepción. El segundo, “Know Your Product”, lo dedica a las grandes organizaciones mediáticas y su capacidad para definir qué es noticia. Y en el tercero, “True Stories”, desvela cómo los relatos periodísticos se configuran según nuestras expectativas narrativas y de cultura visual. A partir de ahí, el acento pasa a la figura del periodista. El cuarto apartado –el más heterogéneo de todo el libro, sobre el que se volverá más adelante– parte del escándalo de Jayson Blair y sus invenciones en el New York Times para reflexionar sobre los periodistas como “agentes con licencia para ejercer el poder simbólico” (p. 70). Este concepto le sirve para recordar los orígenes comerciales de los medios noticiosos y, sobre todo, explicar cómo la vocación de los medios como Cuarto Poder – como perro guardián– se tambalea ante la emergencia de nuevos fenómenos comunicativos como los blogs o sitios web de naturaleza ácrata como Indymedia. El quinto capítulo, “Pay No Attention To That Man Behind The Curtain”, utiliza una escena de la película El mago de Oz como excusa para acercarse a una parte significativa del trabajo periodístico: el papel de las fuentes informativas, claves como detentadores de la hegemonía simbólica. La ironía del título ilustra las advertencias de Meikle sobre la relación periodista-fuente. Y las estudia más a fondo al centrarse en lo que denomina “pseudoeventos”, la táctica de giro y el pánico moral, todas ellas estrategias interesadas por parte de la fuente, como ejemplifica con minuciosidad. El sexto capítulo, “Here We Are, Now Entertain Us”, parte del Divertirse hasta morir de Postman para concentrarse en el cuarto conjunto de actores que protagonizan el proceso de noticias: la audiencia. Con un estilo más distendido, amenizado por referencias variopintas que aleccionan sobre los excesos del infotainment, Meikle se pregunta quién marca la agenda y reflexiona sobre la tabloidización mediática, los usos y gratificaciones que el público espera de los medios y la necesidad de la información en la esfera pública de las democracias. Además, el capítulo acaba anticipando un aspecto esencial para el tramo final del libro: la capacidad creativa de la audiencia en el nuevo entorno mediático. Aunque, como se ha mencionado, ya adelanta argumentos en el cuarto capítulo, es a partir del séptimo cuando las nuevas tecnologías y sus implicaciones periodísticas se adueñan de la escena. “Totally Wired” conforma un apartado de corte histórico, donde el autor traza un repaso del binomio tecnología-información arrancando en el drástico avance del telégrafo (Carey: “la primera separación efectiva entre comunicación y transporte”, citado en p. 148) para concluir el viaje con una breve historia de las grandes instituciones mediáticas (Al-Jazeera, BBC, Reuters o la CNN). Un acierto de este capítulo es realizar una parada teórica en McLuhan para repensar cómo el medio determina el mensaje, rematando así el motivo recurrente del “poder simbólico” de los medios. Una jurisdicción que, como demuestra el último capítulo, también pertenece ahora al ciudadano. Deliberadamente, esta reseña había saltado partes del capítulo cuarto para traerlo a colación ahora. De hecho, esa puede ser una de las pocas pegadas estructurales del libro: la segunda parte del capítulo cuarto (pp. 85-90) podría haberse insertado dentro del octavo capítulo, el último (“News 2.0?”). Ambos se fijan en el nuevo ambiente mediático creado tras la explosión del User-Generated Content (UGC) y la divulgación del periodismo participativo en la red. Todo el libro destaca por su solvencia y claridad, pero aún más en este ámbito, donde Meikle se ha especializado con aportaciones como el Future Active: Media Activism and the Internet (Routledge 2002) y los aún inéditos Media Convergence (junto a Sherman Young) y News Online: Transformations and Continuities (ed.). Como explica el autor en estos dos capítulos que aquí se agrupan, ahora que la interactividad de la red y la popularización del UGC amenazan a “los guardianes del estatus de qué es noticia” (p. 89), se impone la necesidad de repensar el papel de los medios tradicionales y su capacidad para administrar el poder simbólico. Con esta idea de fondo – anticipada de forma teórica en el cuarto capítulo– el cierre de Interpreting News nos describe el insólito escenario marcado por la consabida convergencia (multiplataforma, concentración, contenido), pero también por la divergencia: pluralización, multiplicación y fragmentación. Además de explicar cómo la tecnología posibilita nuevas aproximaciones a las noticias, Meikle también hace hincapié en el rediseño de lo público y lo privado que ha caracterizado todos los grandes cambios en las formas mediáticas (p. 180). Pero, más allá de esas consideraciones sociológicas, las páginas finales se centran en descubrir las dimensiones específicas de las noticias online: la automatización (fuentes RSS, Google News), la personalización y cercanía de la información, la conectividad, y la capacidad de la audiencia tanto para jerarquizar, transformar y almacenar como para crear, compartir o remezclar contenidos. Esto último constituye una voladura de la noción tradicional de público, como ejemplifica su análisis de los fenómenos de Indymedia y OhmyNews. Lo que antes se conocía como “audiencia”, ha metamorfoseado ahora en viewers, producers, prosumers... diferentes acrónimos que apuntan, una vez más,

al leitmotiv de Interpreting News: "La adopción y adaptación de los medios digitales están posibilitando nuevas oportunidades para que las audiencias ejerzan el poder simbólico" (p. 194). Desafiando así el concepto tradicional de noticia y, sobre todo, quién las produce.

Alberto Nahum GARCÍA MARTÍNEZ
albgarcia@unav.es

[arriba](#)