

HACIA UN PERIODISMO DE CALIDAD

Si siguiendo la moda de hacer encuestas se interrogara al público pidiéndole una opinión sobre la prensa, los resultados mostrarían un cero porcentaje de indecisos respecto al tema, y una abrumadora mayoría se inclinaría por hacerle a ésta una fuerte crítica.

Este cuestionamiento a la prensa no es una opinión exclusiva del público; la comparten el resto de los sistemas que se relacionan con el sistema informativo: político, económico, ideológico, etc.

Este cuestionamiento a la prensa lo conocen los periodistas. Y aunque no lo comparten, tienen también ellos reparos frente al fenómeno informativo que no por no darse a conocer públicamente son menos reales.

Esta crítica no se queda en la mera opinión: pasa a los hechos. Hay actitudes y cifras decidoras producto de este cuestionamiento que afecta negativamente a la prensa tanto desde “fuera” —los distintos sistemas y el público— como desde “dentro”.

Conviene revisar estos datos. Un análisis de ellos puede permitir descubrir el fondo del problema y pasar del puro diagnóstico negativo sobre la prensa a una propuesta de solución.

LOS CARGOS QUE SE HACEN A LA PRENSA

Aunque el público tiene aparentemente pocas oportunidades de opinar, con su comportamiento demuestra su rechazo a la prensa con una creciente falta de credibilidad en los medios: entre 1960 y 1982, por ejemplo, mientras la población norteamericana aumentó en 51 millones de habitantes, su prensa perdía 4 millones de tiraje. (1)

Esta falta de credibilidad, por extensión, se aplica también a los profesionales de la información: hoy sólo 2 de cada 10 norteamericanos cree que los periodistas dicen la verdad. Y un 78% del público piensa que los reporteros tienen como única meta el obtener un buen

golpe periodístico, sin preocuparse del daño que pueda producir la información entregada. (2)

A este rechazo que el público hace a la prensa, se suma el que el lector hace a los medios por sentir que éstos no le permiten un acceso real a ellos; sentimiento que de alguna manera se ve ratificado, en la frase de uno de los directores de *Le Monde*, quien dice que “para nosotros, los periodistas, el lector es un peligro; estamos muy contentos de que vote por nosotros todas las mañanas —como se ha dicho, un diario es un referéndum permanente—, pero, al mismo tiempo, no queremos ser presa de los lectores”. (3)

El lector tiene aún más argumentos en contra. Critica los contenidos tanto de los periódicos, como de la radio y la televisión, afirmando que tienen poca relevancia, que las noticias no se explican con la suficiente profundidad, que la prensa está más pensada y hecha para los periodistas que para el auditor.

El público no es la única voz que critica la prensa. Los sistemas político, económico e ideológico también cuestionan la actuación de ella.

Ellos constantemente la acusan de no cumplir con su rol propio y —más grave— de invadir terrenos que son ajenos a ella.

La prensa considera que esto se produce en parte porque ellos hacen una arbitraria delimitación de lo que se considera lo propiamente informativo; y esto produce un roce permanente entre el área informativa y el resto de los sistemas, lo que se traduce en una constante acusación a la prensa.

Esta pugna, en parte real y en parte ficticia, tiene como resultado una acción permanente de los sistemas por acotar arbitraria e interesadamente —dice la prensa— el campo del sistema informativo incluso más allá de lo que se debiera; fenómeno que se refleja en frondosas legislaciones cuyo énfasis está más bien en la restricción que en la salvaguarda del derecho a la información (4), en intentos de “adueñarse” de la prensa por la vía ideológica —prensa de trincheras— y en centrar en la prensa, de una forma simplista, la “culpabilidad” de todos los males de la sociedad. (5)

El cuestionamiento que —público, otros sistemas y los propios periodistas— hacen del estatuto profesional, no tiene su origen sólo en el desesperado intento de apropiación de áreas propias de la información por parte del sistema político, económico o ideológico; ni tampoco se centra sólo en esta especie de desilusión del público con la prensa.

El periodista también, aunque no lo reconozca públicamente, se cuestiona en torno a su trabajo profesional; y quizá sean éstas las críticas más interesantes a la hora de sobrepasar el mero diagnóstico y proponer soluciones. El profesional de la información conoce como nadie las debilidades de la prensa y sus puntos fuertes. No lo asombra

la opinión que de la prensa tiene el público. Y está siendo permanentemente bombardeado por los intereses que mueven al resto de los sistemas.

El periodista de esta década dejó atrás un trabajo más bien bohemio y temperamental basado en intuiciones —en muchos casos muy acertadas— y se plantea cada vez con mayor exigencia la realización de un trabajo con características propiamente profesionales. Conoce con detalle la fuerza y el poder de la información y sabe que de su capacidad para resolver adecuadamente los problemas que se le plantean depende en gran medida la libertad de su público.

El periodista sabe que todo su problema radica en conocer bien los parámetros profesionales que le permitirán tomar las decisiones profesionales adecuadas. Esto es, que su gran desafío gira hoy en torno a la calidad de la información que produce. (6)

Y esto significa, ni más ni menos, que el desafío que hoy enfrenta la prensa es un desafío ético.

LA PRIMERA INTERROGANTE: ¿EXISTE “UN” BUEN PERIODISMO?

El punto de partida es por tanto qué es el “buen periodismo”. Y la interrogante es si se puede lograr y cómo. Lo que interesa es conocer cuáles son las pautas por las que se rige un profesional para que su acción sea calificada de buena, de ética. No sólo cuáles son esas pautas, sino dónde radica la validez de ellas, en qué se apoyan, a qué principios apelan.

La cuestión de la crítica a la prensa se resuelve a través de una aplicación diaria, cotidiana, de la ética profesional: la deontología periodística.

Hablar de ética profesional no es fácil por varias razones:

No es fácil hacer una valoración ética de la información. Porque ésta es una acción profesional relativamente nueva, y que por tanto no tiene del todo delimitado su objetivo propio; es una profesión que ha sido estudiada por diversas disciplinas: psicología social, sociología, ciencia política, y tiene, por tanto, un vocabulario heredado de ellas que es sumamente ambiguo y ecléctico.

Nunca es fácil entrar en un examen de las propias acciones; ello nos lleva a autocuestionarnos y a autovalorarnos. Y el resultado puede ser en algunos casos negativo. Y a nadie le gusta un saldo en rojo, por lo tanto es algo que se evita.

La ética atraviesa hoy por un momento paradójico. Hay atracción por la ética y rechazo de la misma.

La atracción se manifiesta claramente en la proliferación de códigos de ética periodística que desde 1923 (7) se hacen cada vez más abundantes (incluso la UNESCO ha llegado a proponer uno de carácter supranacional). En los numerosos cambios curriculares de

las escuelas de periodismo que en forma creciente introducen materias de ética profesional. En el área gremial, con la creación de los **Press Councils** que con sus dictámenes buscan mejorar la calidad de la información, y en las Comisiones de Ética de los Colegios que agrupan a los periodistas. Incluso en los propios medios: la creciente instauración de formas de control de calidad para la información —una de las más tradicionales son los **ombudsman**— y la cada vez más frecuente franqueza con la que se asumen los propios errores.

El fenómeno no se da sólo en el ámbito profesional. No es una casualidad que la revista **Time** en febrero de 1985 abra una nueva sección titulada **Ethics** diciendo que ella es necesaria porque ya no basta con narrar y explicar determinados hechos o procesos: es necesario dar a conocer su dimensión ética para que éstos se entiendan cabalmente.

Pero también —y es de mínimo realismo aceptarlo— la ética está puesta en duda con un enorme signo de interrogación. Para muchos es imposible determinar hoy con claridad si una acción profesional es “buena” o “mala”; parece improbable aplicar parámetros objetivos. Todo parece relativo.

Sin embargo —y justamente tomando como punto de partida las críticas que a la prensa se hacen— lo que se pretende afirmar en este trabajo es que es posible determinar con razonables grados de seguridad cuando una acción periodística es buena o mala.

Y el punto de partida para conocer la dimensión ética o antiética de una determinada acción profesional en el ámbito de la información está, primero, en la delimitación de qué es una acción ética propiamente tal y, segundo, en el conocimiento de qué es la información como meta de esa acción profesional.

Iniciemos el primer camino ¿qué hace “buena” una determinada acción? Lo “bueno” claramente va más allá del mero elegir la mejor, entre distintas soluciones. Toda persona con experiencia profesional sabe que a la hora de optar, siempre tiene varios caminos. Y que la buena decisión consiste en la elección del mejor de los medios para lograr el fin de la acción profesional; en definitiva, en la aplicación permanente de ese hábito intelectual y moral que permite discernir el mejor medio, el hábito de la prudencia.

Lo que se plantea aquí es diferente.

Porque sucede que las soluciones pueden ser radicalmente diferentes. Que mientras un periodista piensa que debe publicar, otro crea que lo “bueno” es no hacerlo. Y esto se produce fundamentalmente no porque no interese lo “bueno” periodísticamente hablando, sino porque no se utilizan parámetros objetivos —porque “parece” que no los hay— a la hora de tomar decisiones.

No lo “parece” porque en la acción se enfatizan elementos distintos. Se valora la dimensión ética de la acción profesional de diferen-

te manera.

A algunos les puede parecer que lo “bueno” viene dado por las circunstancias que rodean las acciones profesionales: se ve como “bueno” hacer algo en un momento; y no lo es, en cambio, en otras circunstancias. Lo que se estaría afirmando con esta postura es que no es que una acción profesional sea buena en sí, sino son las circunstancias —el momento, el tiempo, el lugar que rodea la acción— la que la hace a esta buena o mala. Hoy y ahora, las circunstancias me impiden publicar: la omisión de informar será por tanto, y según esta tesis, “buena”; “parece” que las circunstancias lo exigían así.

Para otros, son las intenciones las que le otorgan carácter ético a las acciones. Se afirma que algo es bueno fundamentalmente porque yo lo hice con la mejor de las intenciones: quise hacer un buen periodismo al omitir. Y porque quise ser buen periodista, se deduce que fue “bueno” omitir.

Muchos piensan en las consecuencias como los elementos que deben predominar a la hora de decidir una acción: esto es “bueno” porque tendrá consecuencias buenas. Así, si de una omisión se puede pensar que habrá consecuencias positivas, quedaría validada la autocensura.

Incluso hay quienes identifican lo bueno con lo eficaz: los que son más pragmáticos dirán que es “buena” periodísticamente hablando una acción que tiene eficacia: que dará resultados. Así, cualquier información que sea un medio eficaz de venta, quedaría validado por esa pura y simple razón.

Esta es la raíz del problema: si las acciones profesionales pueden ser “buenas” en razón de las circunstancias, o de su intención, o de sus consecuencias, o de su pura eficacia, claramente estamos frente a una postura de ética relativista en la que todo puede ser “bueno” o “malo” dependiendo del parámetro usado; y se pueden usar muchos parámetros diferentes, ya lo hemos visto.

Si lo “bueno” y lo “malo” son relativos, no podemos juzgar las acciones profesionales. Si no se puede juzgarlas, no hay posibilidad alguna de mejora en ellas. Más grave aún: no existe el “buen” o el “mal” periodismo. En definitiva se niega la profesión misma.

La pregunta clave es ¿se puede saber con relativa seguridad que es lo bueno y lo malo en periodismo? En otras palabras ¿hay parámetros objetivos para evaluar la profesión?

La proposición que hacemos aquí es que sí la hay. Y la certeza de esta afirmación no proviene de una disquisición más o menos académica, elaborada en la universidad, y con prescindencia de la realidad profesional, sino que es la manifestación de lo que los periodistas están mostrando con su trabajo día a día. Cada periodista al reportear y producir una nota periodística está “demostrando” que la ética profesional existe. Que hay parámetros objetivos con los que yo pue-

do evaluar mi propia acción profesional y la de los demás. Y que, a partir de estos parámetros, yo puedo perfeccionar mi propia acción, mejorando la calidad de la información y rompiendo así el diagnóstico negativo que se plantaba al comienzo.

Hay parámetros objetivos porque la acción del periodista no es una acción indeterminada y vaga. Está determinada por lo que la información es por una parte. Y está determinada además por el hombre, la persona humana, que es tanto sujeto de la información, como actor de la misma y también receptor de ella.

Así, el punto de partida para saber en qué consiste una “buena” acción periodística es el comienzo de qué es una acción profesional. Cual es su elemento determinante, el que le otorga carácter ético. Y luego el qué es la información y cómo es la persona humana, destinataria de la información.

No es del caso ahondar aquí el tema de la acción y su dimensión ética. Pero si será necesario afirmar que ella es el punto de partida de toda deontología profesional. Y que claramente no son las circunstancias, ni las consecuencias, ni las intenciones, ni la eficacia lo que otorga el valor ético a una acción. Cada uno de esos elementos tienen una indudable importancia; y deberán ser debidamente sopesados a la hora de ejecutar una acción profesional. Pero lo que otorga carácter ético a una acción es su objeto, aquello a lo que la acción tiene de suyo; y que en el caso de un periodista, es informar.

Y esto nos remite a la información. Y de la definición de lo que la información es, podemos deducir el área en la que ésta se mueve, y al mismo tiempo los límites que nos impone.

En las sociedades complejas contemporáneas el hombre tiene dificultad de conocer el mundo que lo rodea, y sin embargo ésto le es imperioso, pues cada vez estas relaciones son más estrechas. Y por tanto el conocimiento de lo que sucede le es absolutamente fundamental para poder tomar decisiones libres, libres en cuanto conocidas y queridas por las personas. (8)

Si por información entendemos la recolección, elaboración y transmisión a través de diversos medios de información social, de hechos comprobables, situados en un tiempo y en un espacio que impliquen o anuncien alguna modificación de interés social y que por tanto posibiliten al público a actuar libremente, quiere decir que la información nos impone determinadas exigencias. (9)

La información —según esta definición— exige por una parte conocer la realidad. Una realidad que está constituida no sólo por lo que es, los seres (que propiamente hablando se denomina realidad), sino también por lo meramente pensado, el producto intelectual del hombre, el mundo de las ideas.

Pero la información no se queda en el mero conocer; exige dar a conocer al público lo que ha sido previamente conocido como rele-

vante por el periodista; porque es de justicia hacerlo: el público tiene derecho (es ahí donde radica el Derecho a la Información) a conocer la realidad, sólo conociéndola será libre al realizar sus acciones. La forma más fuerte de coartar la libertad de las personas es a través de la ignorancia.

Y así llegamos a la persona. La persona es el destinatario propio de la información; y el objeto de ésta es hacer que el hombre crezca en su dimensión personal, sea más persona, porque es más libre y por tanto puede perfeccionarse.

Hay pues parámetros objetivos de los que dispone un profesional de la información para evaluar y mejorar la calidad de la acción periodística. La acción debe ser evaluada por aquello a lo que tiende de suyo, su objeto. Y el objeto propio de la acción del periodista es informar. Y para ello, el profesional requiere de libertad para hacerlo y de veracidad para que la información sea realmente tal.

Y si en su acción informativa el periodista se guía por estos parámetros, será más y mejor profesional.

VERDAD Y LIBERTAD EN LA INFORMACION

La libertad no es el fin de la información, si se la piensa en el modo como la entienden los sajones: como libertad de la prensa para informar sin más límite que el de su misma libertad. La libertad propia de la información no es un cheque en blanco.

La libertad, por el contrario, se constituye —en esta doble dimensión de la persona y la información— como la libertad del público de estar bien informado, que sabemos bien que no es necesariamente sinónimo de libertad de información; y como condición necesaria para que exista un desarrollo maduro y real de la profesión de informar; libertad que se concreta en la libertad de acceso a las fuentes, libertad de edición, libertad de impresión, libertad de circulación, etc.

La existencia de la libertad es condición fundamental para que los periodistas puedan realizar a cabalidad su deber de informar, deber que se sustenta en el derecho del público a ser informado, deber que, por tanto, constituye un acto de justicia.

Pero para que este acto de justicia se cumplimente en forma real, no bastan las libertades antes mencionadas, ni la realización de un puro ejercicio mecánico del deber de informar. Es necesario que se informe con veracidad. La verdad pasa a ser, por tanto, un elemento esencial de la información. (10)

La verdad que es éticamente exigible a un informador es doble: por una parte debe poseer lo que se denomina verdad gnoseológica: debe ser capaz de conocer y entender la realidad. Pero además debe poseer verdad moral: debe ser capaz de entregar lo más exactamente

posible la verdad conocida, la verdad que tiene en su mente —la realidad— al público receptor. La verdad lógica y la verdad moral constituyen lo que se denomina la verdad informativa.

Y es a partir de la verdad donde aparece en toda su dimensión —y toda su complejidad— el tema de la objetividad que ha dominado la literatura especializada durante toda la primera mitad de este siglo. Conviene hacer algunas aclaraciones al respecto.

La meta del periodismo sajón de las primeras décadas de este siglo fue una objetividad radical, factográfica, que se suponía entregaba una especie de radiografía de la realidad, sin error ni distorsión. Esa supuesta neutralidad informativa pretendía dar un cuadro “verídico” de la realidad, en cuanto objetivo. Y esto lo pretendía no sólo respecto de la realidad fáctica, todavía más posible, sino también de la del mundo de las ideas: la solución era simple. Se era objetivo si se mostraba cada idea y a cada una de ellas se le daba el mismo espacio de tiempo.

En la década del 50 comienzan a plantearse las primeras dudas frente a la efectividad de este tipo de objetivismo. Y pronto surgen críticas que, al comienzo de un modo académico, y luego desde la propia práctica profesional, ponen en duda la posibilidad de esa objetividad, para luego cuestionarla, y proponer un nuevo mito: el de la total subjetividad.

El “periodismo **underground**” y el “nuevo periodismo” —desde un extremo— y la fórmula **TIME** —con el periodismo interpretativo— desde otro, cuestionan la objetividad factográfica y proponen alternativas.

La del nuevo periodismo será drástica: más que la realidad, vale una buena ficción. En su entusiasmo Tom Wolfe llegará a decir que él reporta el subconsciente de sus entrevistados. (11)

El **TIME** —mucho antes, en la década del 30— formula también objeciones, pero desde otro ángulo: lo importante para el público —dirá— no es el dato, sino el dato sobre el dato, la verdad del dato. Para enfrentar el alud informativo de la segunda mitad de este siglo la fórmula **TIME** opta por privilegiar el reporte de los procesos por sobre el de los simples hechos. Y por supuesto los procesos son imposibles de fotografiar. Es necesario explicarlos. Aparece la interpretación. (12)

La acción de los periodistas había desmitificado el tan manido “objetivismo” y había propuesto fórmulas nuevas que mostraban con mayor “veracidad” la realidad. Faltaba sin embargo el aporte académico.

Era necesario reformular el concepto de objetividad. Y será desde Europa donde se la defina como un hábito del reportero que es capaz de “silenciar” su propio yo —acallar prejuicios y simpatías— (13) para dejar que la realidad lo impacte con toda su fuerza, y al mismo

tiempo mantener una “empatía” con la realidad que le posibilite un conocimiento real. Silencio interior y empatía hacia la realidad constituirán el hábito de la objetividad.

Así la objetividad hará posible la verdad informativa que, unida a la existencia de las libertades ya mencionadas, permite la realización del acto de justicia que es informar.

Y desde estas dimensiones se deducen las responsabilidades compartidas: del periodista de informar y del público de conocer. La responsabilidad es el efecto directo de un acto libre realizado por el hombre. Sólo el hombre es capaz de responder —dar respuesta— por sus actos. Son enormes las cuestiones éticas que plantea la responsabilidad del público de conocer y no es del caso enumerarlas aquí.

Sin embargo, aunque sea someramente, parece necesario precisar algo sobre la responsabilidad del profesional de la información.

UNA PROPUESTA PARA EL PERIODISMO DE HOY

En el trabajo periodístico la responsabilidad es un tema que plantea múltiples interrogantes éticas. El periodista suele trabajar en un equipo (más reducido en los medios de prensa escrita, más amplio en los audiovisuales) y por tanto es copartícipe de la producción de la nota informativa; esta situación, como es lógico, no elimina la responsabilidad personal, pero tampoco le otorga a un periodista la totalidad de la responsabilidad. Temas como una línea editorial claramente delimitada, el uso de la firma y un adecuado manejo de los créditos contribuyen a eliminar al mínimo las posibilidades de efectos antiéticos.

Pero el trabajo informativo —desde el punto de vista de las responsabilidades— es aun más complejo. El periodista trabaja en una empresa informativa que se suele sustentar en una plataforma publicitaria. Tienden a influir así, en el trabajo propiamente periodístico, variables financieras y las propias de la publicidad. Se insiste con frecuencia en exigir ética a los periodistas; olvidando a veces que —en ocasiones— los profesionales de la información ven prácticamente anulada su posibilidad de “buen hacer” profesional por las características antiéticas que puede adoptar una determinada empresa informativa, por la falta de control que se ejerce frente a las presiones publicitarias, o por la pura indiferencia frente a la calidad de “producto” —noticia— que se está sacando.

Y aun cuando tampoco es tema de este trabajo, hay que tomar en cuenta que también puede influir negativamente sobre la acción profesional —y su correspondiente responsabilidad— la incidencia de factores extrainformativos, como el sistema político, económico, ideológico y moral, en que el medio está inserto.

Las responsabilidades, por otra parte, tienen las limitaciones propias de la profesión. Limitaciones que muchas veces el público desconoce; y debiera conocerlas. Forma parte del “buen” trabajo profesional el que el periodista informe a sus auditores de los problemas con los que ha contado para el desarrollo de su labor.

La acción periodística tiene lugar en un tiempo y espacio determinados que le dan características propias. No se puede exigir más verdad en la información que la propia del medio que se está utilizando: la verdad informativa tiene una duración de segundos en las agencias, de minutos en la radio y televisión, de días en el diario, de semanas en la revista.

Con el espacio sucede algo similar: hay un espacio dado (en tiempo en el área audiovisual y en centímetros en la prensa) y hasta ahí, hasta ese espacio, llega la responsabilidad del editor y del periodista.

Sin embargo hay responsabilidades más sutiles, de las cuales es más difícil dar cuenta al público, y que suelen ser fuente importante de acciones antiéticas. Es lo que Bertrand denomina la omisión.

La omisión puede comenzar antes de la pauta, en lo que algunos especialistas denominan la pre pauta: ese reporteo acucioso que cualquier periodista que cubre un sector sabe que debe hacer antes de llegar a la pauta. Esta se concreta en la capacidad real de conocer la realidad que nos rodea, con toda su complejidad, sus relaciones internas, sus deficiencias y sus aciertos. Esa realidad multiforme debe llegar a las reuniones de pauta; y la responsabilidad de que llegue no está en el autor, sino en el reportero de sector.

Hay por tanto responsabilidades preinformativas.

La necesidad de conocer la realidad antes de que ésta llegue a la hoja de pauta no se termina ahí. Un profesional debe ser capaz, además, de entender la realidad no sólo en una pura dimensión cognoscitiva, sino también en su dimensión moral. Los seres naturales son, por definición, buenos. No sucede lo mismo con las cosas, seres y actos realizados por el hombre. Para reportear un terremoto, sólo se me exige una cuota importante de valor para reportearlo en el lugar. Para dar cuenta de una investigación científica debo ser capaz al dar noticia de ella, del avance tecnológico que puede implicar, pero también debo ser capaz de valorarlo moralmente. El progreso no necesariamente es neutro o positivo moralmente hablando. Y un profesional es responsable —frente a su público— de saberlo e informarlo adecuadamente.

Hay más posibilidades de realizar omisiones. Ya en el reporteo o en la selección de datos, al escribir una nota, la tentación de la omisión está siempre presente. Escamotear un dato, disminuir un énfasis, eliminar un hecho. Las causas son tan variadas como los hombres: temor, flojera, interés propio o ajeno, la excusa de la

velocidad, el afán de la fama personal. Y mientras se realiza la información, el profesional se enfrenta a una serie de exigencias éticas.

Hay ya una exigencia ética en la demanda de creatividad, imaginación y memoria a la que hay que apelar a la hora de confeccionar la pauta; en la laboriosidad y paciencia necesarias para esperar hasta poder reportear una noticia; en lo indispensable del hábito de superar los miles de obstáculos hasta llegar a la fuente; en la prudencia a la hora de seleccionar los datos relevantes, las fuentes adecuadas, las citas precisas; en la exactitud para reproducir lo dicho por el entrevistado; en la honestidad para dejar fuera prejuicios y simpatías personales o ajenas; en la austeridad en la adjetivación; en el arte al seleccionar una imagen o tomar una opción de diagramación; en la capacidad de síntesis y la creatividad de un titular.

Sabemos cómo hay que cuidar el lenguaje para evitar los eufemismos, desmontar toda frase que sea slogan, simplificar el idioma técnico. No caricaturizar, y sin embargo ser lo suficientemente gráficos. No simplificar, y sin embargo ser capaces de una buena síntesis. No jugar con las identificaciones emocionales, pero hacer descripciones que hagan que el lector se sienta en el lugar de los hechos. Sin hacer sensacionalismos, dar la adecuada emoción o suspenso que producen ciertas realidades.

Finalmente, después de entregada la información al público, continúan las responsabilidades periodísticas post informativas: la necesidad de rectificar los errores, de aceptar las correcciones del público, de dar derecho a respuesta. Conocemos bien la tentación de quedarse con la última palabra que producen las “notas de la redacción”.

Las exigencias éticas, por tanto, son exigibles en los distintos momentos del proceso informativo. Comienzan antes de que se produzca la noticia, y no terminan con la información publicada. Es más, las exigencias informativas se dan también respecto de los temas o áreas que se cubran, lo que se denomina habitualmente sectores; hay un “modo” propio —y por tanto correcto, ético— de reportear cada una de estas áreas.

Ante la imposibilidad de analizarlos todos, veamos someramente las exigencias del periodista al informar sobre las personas y al informar sobre la sociedad.

LA INFORMACION, LA PERSONA Y SU DIGNIDAD

La persona es un elemento muy complejo para un periodista. Porque ella por una parte es parte de la realidad informable: como protagonista activo o pasivo que se “hace” noticia; pero también son personas los sujetos de las informaciones: las fuentes; y es también una persona el objeto del proceso informativo: el público.

La persona, en estas diversas posibilidades periodísticas, no es un ser cualquiera. Es el único de los seres que al mismo tiempo es, y puede ser más, porque es perfectible; es un ser que puede conocer en profundidad el mundo que lo rodea, y que puede quererlo. La excelencia, la dignidad de la persona radica en su perfección constitutiva, en su composición esencial de cuerpo y alma, materia y espíritu, en un todo unitario e individual. A esto suma su racionalidad. Su dignidad se centra en definitiva en esta diferencia radical que —hace pocos días recordaba el Cardenal Ratzinger en Santiago— hace que en el Génesis, mientras para la totalidad de la creación se utiliza la palabra “hágase”, para dar cuenta de la creación del hombre se dice que “Dios tomó entre sus manos...” Hay una “personalización” en este acto creador, que queda aun más manifiesta en la frase “a imagen y semejanza”.

Informativamente hablando, por tanto, la persona posee una riqueza tan enorme, que las cuestiones que se pueden suscitarse en torno a ella son variadísimas. Enumeraremos sólo algunas.

La dignidad esencial de las personas se manifiesta en su honor, que en definitiva es el valor de la persona por el solo hecho de ser tal. A éste —común para todos los hombres y que no puede ser arrebatado por la información— se le superpone la honra, como el reconocimiento de las virtudes, de los actos buenos individualmente realizados, y por lo mismo distintos en cada uno de ellos. La fama, como expresión de la opinión que a otros le merecen las actuaciones externas, el derecho a la propia imagen (que se sustenta en la dimensión de la materialidad del hombre), el derecho al propio nombre, el derecho a la intimidad, son todos temas propios de la dimensión personal del hombre.

Algunos plantean al respecto, una teoría de los límites que se concreta en un “hasta aquí llega la información y hasta aquí los derechos de la persona”. Parece ésta una forma muy positivista de encarar la cuestión. Desde una dimensión ética, es más realista el conocer qué significan honra, honor, derecho a la propia imagen, intimidad, etc. Y a partir de ellas se puede deducir cuáles son las acciones éticamente más prudentes a tomar, y cuáles son los aspectos informables de esas realidades.

Un caso concreto. Lo propio de la intimidad es ser íntima. Si yo informo de la intimidad, haría que ésta perdiera su única riqueza, cual es permanecer íntima. Por tanto, lejos de producir un acto de justicia con esa información, estaría produciendo un acto injusto.

Habría que agregar a este listado, y sólo lo menciono pues no lo alcanzo a tratar, el amplio campo de las informaciones referidas a la vida privada de las personas públicas. Ya el puro concepto de público y privado es de difícil definición. Es un tema importante, que día a día adquiere relevancia informativa, y sobre el que —nuevamente—

más que una teoría de los límites, lo importante es saber qué es la vida privada, qué implica un cargo público, y de ahí derivar las acciones informativas consiguientes.

Otra área amplísima de estudio apunta a como toda la actividad informativa respecto de las personas —tanto si éstas son actores informativos como fuentes o como públicos— debiera estar precedida por la indispensable capacidad de observación de la cual un profesional de la información no puede hacer jamás dejación; pero al mismo tiempo ésta se debiera conjugar con la necesaria discreción y con suficiente audacia, ambas, en tantas circunstancias, tan difíciles de llevar a la práctica.

Aunque también indispensable, no parece necesario entrar aquí en un análisis detallado de las costumbres profesionales —que tiene su validez justamente en que se apoyan en principios de carácter general— que se relacionan con la persona: el *off the record*, el secreto profesional, el embargo, el trascendido, las cartas al director, las notas de redacción. Sucede lo mismo con el uso de los nombres, las imágenes en las que aparecen personas, etc. Lo mismo con el criterio sajón del “buen gusto”.

La persona, como tema informativo es un campo de una riqueza y relevancia gigantesca: y aunque tampoco podemos agotar aquí todas sus implicancias, solamente pensemos en la enorme atracción que sobre el público produce la información sobre personas. De las muchas interpretaciones que sobre ello se han dado, hay una que enfatiza la enorme responsabilidad ética del periodista en la información de este tipo. Al público le interesa conocer y saber de las personas, porque el hombre tiende a buscar modelos humanos para crecer y desarrollar su personalidad: y en este sentido todas y cada una de las informaciones de este tipo, refuerzan el crecimiento y perfeccionamiento del público, o lo disminuyen.

LA INFORMACION Y LA SOCIEDAD

Uno de los temas más atractivos en el área de lo ético periodístico es el tema de lo social.

Ya el propio origen de la información como tal se vincula con “lo social”; el periodismo nace con la ciudad y crece con ella. Busca vincular a las personas de una manera diferente a como se había venido haciendo: no se vinculan por lazos de sangre, parentesco o estamento. La relación está ahora dada por la común información de la realidad que los rodea y de las realidades culturales que producen.

Uno de los temas más atractivos a la hora de hablar de información y sociedad es el de la pluralidad. Los hombres somos iguales en lo fundamental pero al mismo tiempo diversos en muchas de nuestras manifestaciones. Y esta diversidad es la que configura la pluralidad, el

pluralismo. La realidad de diversas opciones, distintos diagnósticos, diferentes propuestas es uno de las áreas más atractivas de la información periodística. Una de las propuestas más clásicas que ha hecho el periodismo norteamericano para que la información pueda dar cuenta de la pluralidad indica que es indispensable que la prensa dé una visión completa comprensiva e inteligente de los eventos del día entregados en un contexto que les de sentido; sea un foro para el intercambio de críticas y comentarios; sea capaz de representar adecuadamente los distintos grupos que conforman la sociedad; presente con claridad las metas y valores de la sociedad y de completo acceso a la *intelligentsia* del día (14).

Es la pluralidad la que origina fórmulas periodísticas tan importantes como la polémica. Esta tiene su punto de partida en la realidad de los hechos y el mundo de las ideas; en la capacidad del hombre para modificar las cosas, para perfeccionarlas, para dar soluciones. Nuevamente es imposible dar aquí la total dimensión de esta actividad informativa pero sí conviene decir que la polémica es probablemente una de las acciones más propiamente informativas, que ella debe tener el espacio que le corresponde en los medios, que en su desarrollo el periodista debe siempre llevar el plano de la discusión al plano de las ideas, de la razón.

En la polémica es fundamental la capacidad de confrontación, el arte de la contrapregunta; la exigencia de que en la propuesta de nuevas ideas siempre se tome al hombre como dato central, sobre el cual se aplicarán estas nuevas ideas, y al cual hay que respetar en su radical dignidad. Una polémica verdaderamente periodística exige eliminar la injuria, el odio y las pasiones, y —en cambio— aumentar los niveles de racionalidad y originalidad, al mismo tiempo que de pragmatismo, en las soluciones.

LA TRAMPA DE LAS FALSAS REALIDADES

Hay un tema que parece indispensable abordar aunque sólo sea someramente. Este apunta tanto a la información, como a los derechos de la persona e incide fuertemente en la sociedad. Es el tema de las noticias artificiales, hechos creados con el sólo objeto de llegar a la prensa. Como dice Giner antes se escribía lo que estaba sucediendo; hoy se hacen suceder cosas para que se escriba de ellas. El amplísimo campo de las relaciones públicas y el periodismo institucional es una de las armas más peligrosas que enfrenta el periodismo actual. Y cuando estas se establecen a niveles gubernamentales —como lo denuncia Hanah Arendt— pasan a constituirse en una enorme amenaza a la prensa (15).

Otra dimensión de este mismo fenómeno —hechos artificialmente creados para llegar a la prensa—, y que ha adquirido características

dramáticas en este siglo, es el terrorismo.

Katherine Graham, la dueña y directora del *Washington Post* dijo —en un congreso sobre información y terrorismo en Londres— “existe un peligro real de que el terrorismo no sólo secuestre aviones y rehenes, sino que también secuestre a los medios de comunicación” (16).

El terrorismo utiliza los determinados “mitos” que los propios periodistas nos hemos creado (y creído), debilidades de la prensa, en su contra. Giner y Soria dan detallada cuenta de ellos (17). El mito del objetivismo (si sucedió, debo informarlo), el mito de la espectacularidad (todo lo impactante tiene asegurado un espacio en la primera plana), el culto a la rapidez (no hay tiempo para meditar), el culto a la competitividad (si la competencia lo coloca, ¿porque lo silencio yo?), el culto del mimetismo respecto de las fuentes (caemos con frecuencia en una peligrosa dependencia informativa), el culto a la violencia, el culto a las “malas noticias”, y el culto a la información en directo (el caso de la rebelión en una penitenciaría limña es clásico: la televisión de Lima tuvo “audiencia cautiva” transmitiendo en directo durante más de 12 horas).

Todas estas características y dependencias son fríamente estudiadas por los terroristas para hacer que caigamos en la trampa e informemos de hechos como si estos fuera reales, olvidándonos de aclarar que estos fueron “fabricados” para llegar a la primera página.

Respecto del terrorismo hay ciertas políticas informativas clásicas: veamoslas someramente y luego hagamos de ellas, una evaluación ética.

La proposición más simple es la del silencio informativo: esta consiste en que el periodista no deje entrar a las páginas del diario ni a los espacios de televisión o radio, la información terrorista.

Una proposición un poco más compleja es la de aceptar la información terrorista, pero relegándola siempre a las páginas policiales y transformando su lenguaje, en idioma delictual: “las cárceles del pueblo” serán en adelante los lugares de secuestro, los “impuestos revolucionarios” serán robos, etc.

Las dos primeras proposiciones tienen ventajas y desventajas prácticas. Pero más allá de ellas, conviene analizarlas desde una dimensión ética. El silencio informativo —con finas excepciones— tiene altas connotaciones antiéticas; es verdad que el terrorismo funciona con hechos prefabricados, pero estos son hechos al fin y al cabo; y por tanto en sí mismos contienen una noción de realidad. Y esto exige su publicación. Ya parece más clara la segunda política: la de cambiar el lenguaje; lejos de mentir, lo que se está haciendo al traducir a lenguaje delictual el lenguaje terrorista es desmontar un eufemismo o un slogan. Sabemos bien que los “tribunales revolucionarios” no son tales; como tampoco es verdad que ellos tengan derecho a declarar la

“pena de muerte”. Y en este sentido es una acción altamente ética, el traducir el lenguaje terrorista.

La tesis del silencio (insisto que salvo ocasiones excepcionales) pareciera que es éticamente repudiable porque no contribuye a la información, porque aumenta y levanta sospechas y finalmente, porque frente a cierto tipo de terrorismo —como el terrorismo de estado— que aspira justamente a no darse a conocer, la tesis del silencio equivaldría a complicidad con esa acción de terror.

Hay una tercera política, que es la que da mayores garantías éticas, y exige más esfuerzo de parte del profesional. Parece ser más positivo quebrar el lenguaje terrorista rechazando así el seudo “neutralismo” informativo. Parece necesario desarrollar un periodismo de calidad, que entienda la realidad de la violencia y la injusticia radical de su uso; que sea capaz de dar cuenta de las motivaciones, los integrantes y las características de los grupos terroristas. “Hay que dejar de informar del terrorismo desde la perspectiva del terrorismo, y hacerlo desde sus víctimas. Y desde las víctimas, el terrorismo es sufrimiento puro, horror desnudo, muertes sin sentido” (18).

El terrorismo requiere urgentemente de un periodismo de precisión y de calidad. Requiere también de una información pacificadora.

PERIODISMO DE CALIDAD

De esto se trata, en esto consiste el “buen hacer” de la información, y este buen periodismo tiene características concretas.

Es posible romper con la barrera de la falta de credibilidad del público, dismantlar la crítica que ellos hacen respecto de los contenidos de la información, aumentar el acceso del público a los medios, ganarse la confianza y el respeto del resto de los sistemas por la vía de respetarlos y al mismo tiempo ser inflexible en cederles el espacio propio, finalmente, se puede solucionar el gran “tema” de los periodistas de hoy, en el sentido de afirmar que hay “modos” propios de hacer periodismo. Y que de que éstos se respeten, depende que se produzca lo que el público, sistemas y los propios profesionales anhelan: una prensa de calidad.

Una información profesional y ética es un periodismo donde se juegue al máximo la veracidad del informador en la procura de superar el conformismo, de estar sensibilizados a cualquier forma de marginación, de romper las modas en el pensar, de defender la vida del hombre, de denunciar cualquier forma de manipulación de ella, de permitir que se abran paso nuevas formas y pensamientos.

Informar sobre todo aquello que haga avanzar hacia formas de vida más humanas; donde la pluralidad de los hombres se exprese en toda su riqueza y con la máxima racionalidad; donde se revaloren los valores auténticos; donde la persona y su núcleo familiar encuentren

adecuado espacio para su expresión.

Un periodismo que renuncie a entregar muchas y golpeadoras frivolidades, y que en cambio haga un intento —que requerirá muchas veces de enorme esfuerzo— para ahondar en hechos y procesos, para entregarlos con todos los matices que sea necesario, superando simplificaciones.

Información que tome en cuenta al público y le abra espacios cada vez más amplios; pero sin ceder jamás el monopolio de un trabajo que exige profesionalismo y no puede ser abordado por nadie que no tenga la necesaria preparación, por buenas que sean sus intenciones.

En definitiva buscar siempre soluciones éticas, que serán las soluciones propias de un buen periodismo.

NOTAS

1. Soria, C. "Paz, violencia y terrorismo", Eunsa, Pamplona, 1987.
2. *Ibidem*, p. 90
3. *Ibidem*, p.
4. Pellegrini, S. Informes sobre la situación de la Prensa en Chile. Asociación Nacional de la Prensa, 1985, 86, 87, 87 y 88.
5. En Chile —al igual que en el resto del mundo— se han producido importantes acusaciones al rol de la prensa por parte de miembros del poder ejecutivo, judicial, etc.
6. Dos investigaciones realizadas por la Escuela de Periodismo en distintas fechas (1985 y 1988) muestran que una de las principales preocupaciones de los periodistas gira en torno a temas deontológicos.
7. González Bedoya, J. "Manual de Deontología Informativa". Ed. Alhambra, Madrid 1987.
8. Documento Interno Escuela de Periodismo UC.
9. *Ibidem*.
10. Desantes, JM. "La verdad en la Información", Valladolid, 1976.
11. Wolfe, Tom. "El Nuevo Periodismo". Anagrama.
12. Santibáñez, A. "Periodismo Interpretativo". Ed. Andrés Bello, Santiago, 19
13. Desantes, J. op. cit. "La objetividad es así la auténtica actitud cognoscitiva del hombre cuando tiene una realidad externa que conocer (...) De aquí que la objetividad no constituya una actitud pasiva del sujeto, sino un esfuerzo por librarse de sí mismo en el proceso cognoscitivo para que la verdad surja sin obstáculos, adecuando realidad e intelecto".
14. Siebert, Peterson y Schramm. "Four Theories of the Press".
15. Arendt, Hannah. "Crisis de la república". Taurus.
16. International Herald Tribune. 11 de diciembre de 1985.
17. Soria y Giner, op. cit.
18. Soria, C. op. cit., pg. 66.