

Ética periodística: áreas profesionales y problemas morales en el mundo de la información

EVA ALADRO VICO

Judith Lichtenber (1991) afirma que un periodista ha de comenzar el tratamiento informativo de un asunto con objetividad, pero no necesariamente tiene que terminar siempre ese trabajo en la objetividad, pues son muchos los asuntos informativos que requieren, para ser tratados en profundidad y con coherencia, de una clara forma de postura por parte del informador a lo largo de su tarea. La objetividad, como otros valores informativos tradicionalmente considerados como mandamientos del periodista, se desdibuja cuando queremos aplicarla a todas las formas, sectores o fases del trabajo informativo que caen dentro del periodismo. La objetividad, de ser la gran virtud periodística, se torna en el mayor pecado cuando usurpa el lugar de la buena fe informativa, como viene ocurriendo cuando ante nuestros ojos un informador se justifica con la necesidad de ser "objetivo" cuando informa de los asuntos íntimos, dolorosos, crueles, morbosos o sencillamente estúpidos enmascarando el sensacionalismo bajo una profesionalidad confusa e interesada a la vez. En este caso la objetividad es confundida con la indeterminación del informador a la hora de obtener o recabar materia prima. Para ser auténticamente objetivo, en otras ocasiones, es imprescindible que el informador adopte una postura parcial, comprometiéndose y adquiriendo una visión subjetiva que le permitirá conocer y tratar mejor el tema informativo.

Va siendo hora de que distingamos áreas de trabajo informativo en las que aparecen determinadas deudas o faltas deontológicas que en un área determinada son inaceptables y en otro no. En un viejo código deontológico europeo (del sindicato Nacional de Periodistas Franceses de 1918) se consideraba el deber más alto del periodista la responsabilidad completa de cuanto escribiera (Bonete 1995). La fragmentación de los deberes u obligaciones de los periodistas en múltiples principios o reglas de actuación ha tendido a difuminar esta primera responsabilidad. Los códigos deontológicos, en su afán universalista por descifrar normas nítidas de actuación, han querido meter en un mismo saco todas esas faltas deontológicas, pero por ello mismo se han alejado hasta el terreno de lo inútil o de lo obvio. Si bien es cierto que la mayoría de los problemas éticos del periodismo están citados en los diferentes códigos, en ellos no aparece con claridad cuándo, cómo y en qué medida o en relación a qué actividades se pueden o no hacer determinadas cosas. Una deontología profesional no puede prescindir de cláusulas verbales relativas como "en la medida en que..." "siempre que..." "en relación a..." "en tanto se dé..." El remedio a los absolutos que deforman nuestra vida social es la idea de relación, como decía Simone Weil (Weil 1956) y de una casuística que vaya modificán-

dose conforme se presentan diversas encrucijadas profesionales. Los códigos deontológicos ignoran, y de este modo, encubren y alientan, la existencia de prácticas profesionales establecidas de muy dudosa naturaleza moral. Es preciso definir muy claramente lo que se hace, lo que está bien y lo que está mal y cuándo aparece la fuerza mayor en el uso de esas técnicas o si existe un uso idóneo de las mismas.

Distinguimos la siguiente clasificación de áreas de trabajo informativo dentro de las cuales se plantean muy diversas carencias éticas:

Obtención de información.

Procesamiento o tratamiento de la información.

Difusión de información.

ACTIVIDADES DERIVADAS DE LA FUNCIÓN PÚBLICA DEL INFORMADOR

Vamos a mostrar que en cada una de estas áreas los problemas éticos son de diversa naturaleza.

Obtención de información

Si bien es cierto que los periodistas de ámbitos locales ejecutan actividades de obtención de información simultáneamente con actividades de procesamiento y difusión, en los medios masivos y en general, existe profesionalmente una diversificación o especialización que es nueva. Siempre han existido los "reporters" o periodistas de calle cuya actividad se limita a recoger información que será tratada posteriormente por otros profesionales especializados en el procesamiento de información ya recabada. Así, Tunstall (1971) habló de dos tipos de periodistas, los "gatherers" y los "processors", es decir, los recopiladores y los procesadores de información. En cada caso profesional predominarán unas actividades u otras y el resultado informativo variará si en él predomina la información obtenida, la elaboración posterior o la tarea de difusión.

Los periodistas especializados en **obtención de información** cometen con frecuencia, actualmente, la principal moralidad deontológica de utilizar la **violencia en la obtención de información**. Nos referimos a todos aquellos sistemas o medios por los cuales los recopiladores de información violentan, o fuerzan la aparición de información, desde el asalto, micrófono o cámara en ristre, a una persona para obtener unas declaraciones forzadas bajo la presión de publicar o editar un "no comment" (Goldstein 1986) desacreditador, hasta los periodistas que hacen determinadas cosas para provocar una noticia —como por ejemplo, no respetar los momentos de dolor íntimo o de euforia privada para proceder a las entrevistas, o para esperar a que un suicida se tire para sacar la foto— hasta los periodistas gráficos que obtienen imágenes privadas para su difusión pública, pasando por los periodistas que irrumpen en zonas privadas o reservadas con el exclusivo fin de reflejar imágenes inéditas.

Además, la violencia en la obtención de información puede tomar la forma de *robo* de información, sea de otros informadores, es decir en forma de *plagio*, sea del contexto o personas sobre las que se informa. Los informadores rinden culto a la autenticidad en la obtención de información porque conocen la dificultad y el trabajo que hay detrás de cada dato obtenido. Por ello no permiten que colegas profesionales "utilicen" a otros periodistas como fuentes de materia prima y sancionan duramente esta falta profesional (Fishman 1980). Pero en la vorágine contemporánea de los medios el plagio y su escudo en la fuente anónima es cada vez más frecuente.

La violencia en la obtención de información desconoce el derecho de habeas corpus informativo, es decir, el derecho de toda persona a no declarar en público si no es tal su deseo. Sin embargo no son los derechos los que han de limitar las normas morales. Esto sería una reducción al absurdo de la ética informativa. La violencia en la obtención de información afecta al contenido mismo y la calidad de la

información. La violencia en la obtención de la información, bajo la fórmula de la provocación de la información, puede llegar literalmente a constituir una invención total o parcial de la información ligada a grandes intereses políticos tanto nacionales como internacionales, como pudimos comprobar en la Guerra del Golfo.

La violencia en la obtención de la información se ha convertido en deporte en nuestro país en el sector de las amenidades. Lo más ameno hoy día, según creen muchos periodistas, es violentar a ciertos personajes sociales. Una tendencia desastrosa ha convertido en información la violencia informativa. El problema más grave es que estos juegos de visibilidad social centrados en la violencia profesional están usurpando el lugar del interés público por los asuntos sociales públicos, con la consecuente anquilosis de la curiosidad actual. Puede establecerse un criterio según el cual el respeto a la intimidad o privacidad por parte de los informadores se mantenga siempre excepto cuando los datos obtenidos asaltando tales barreras sean piezas esenciales y tengan una estricta relación con el interés público. Por tanto, en el género de sociedad o amenidades la violencia a la intimidad está menos justificada que en ningún otro área informativa.

El periodista no deberá recurrir a medios violentos o ilícitos de obtención de la información si existen medios alternativos del tipo que sean. El cumplimiento de los principios de limpieza, honestidad, buena fe, confianza mutua entre el recopilador de información y su entorno de trabajo, que es la sociedad misma, revolucionaría el periodismo. Así ocurre en el trato con las fuentes informativas, pues cuando el periodista hace saber desde un principio cuál es su condición honesta de trabajo consigue muchas veces más de lo que conseguiría cuando no sabemos que clase de tipo es. Muchos "off the record" han salido a la luz convertidos en información atribuida con periodistas que desde el punto de partida, han puesto las cosas, sus cosas profesionales, bien en claro.

La violencia en la obtención de información debería sustituirse por un modelo de "reportero no violento" a la manera gandhiana, aquel periodista que no cooperara con la violencia de ningún modo, y ello incluye el no aprovechamiento de la violencia como valor-noticia es decir, que de ningún modo la violencia en la obtención de información constituyera un valor añadido ni esencial a la noticia. La no cooperación con la violencia en el mundo de la información significaría también evitar la promoción de actitudes violentas, tanto físicas como simbólicas e igualmente supondría la promoción de las formas de resistencia pasiva a la violencia: no buscar el punto de vista de las víctimas violentadas, sino el de las víctimas inocentes, no promover la imagen violenta del rencor, de la venganza, de los que no perdonan, de la baja moral que la violencia sufrida imprime a sus víctimas. Un recopilador de información que siguiera el mandato de la no violencia no debería rentabilizar ningún tipo de violencia, ni en medios, ni en contenidos, para su tarea profesional. Algún código se ha atrevido con gran criterio (como el de la Unesco de 1983, vid Bonete 1995) a señalar como deber del periodista la eliminación de las guerras y otras grandes plagas.

Todas las formas de violencia son comunicantes entre sí. Si los informadores convierten su tarea informativa en un recurso constante a modos de violencia que van desde la violencia al ser viviente hasta la violencia a la verdad, estarán contribuyendo con ello a una civilización cada vez más primitiva. Es cierto que los profesionales de la información ejercen violencia simbólica para institucionalizarse como las otras formas de poder social. El carácter semiprofesionalizado e incluso cierto complejo de inseguridad intrínseco al periodismo ha favorecido enormemente el uso de violencia que pretende ser defensiva o legitimadora. Pero la institucionalización de una profesión sólo obedece al reconocimiento de sus funciones provechosas para la sociedad. La pérdida de credibilidad del periodis-

mo contemporáneo nos indica hasta que punto el mal hacer informativo es perfectamente observado y tenido en cuenta por la sociedad. La mayor presión para conseguir el respeto social a la profesión periodística es una presión contra el mal uso del poder informativo, aunque aquello sea trabajoso y redunde en escasos beneficios inmediatos.

La compra de información por iniciativa del informador no es inmoral en el ámbito de la obtención de información. El único caso en que esta práctica es incorrecta es cuando el periodista condiciona la cobertura de un hecho a su pago por terceros o fuentes, y cuando las fuentes constituyen así literalmente la atención informativa. Sí es inmoral, en cambio, la compra del tratamiento de la información, es decir, en el segundo sector de actividades informativas. Así, las negociaciones precisas para obtener información son algo común y completamente coherente a nuestro juicio. No es correcto, en cambio que el periodista negocie con su propia capacidad para tratar y procesar una información, o con el resultado final de su trabajo. Así, la obtención de información no ha de implicar necesariamente la propaganda de una fuente. Es necesario desvincular la actividad de informar sobre algo o alguien de la actividad de promover a ese algo o ese alguien. La dependencia mutua entre informadores y fuentes sería menor y menos sucia incluso más protectora para ambos, como señalan los periodistas de investigación (Rodríguez 1995) si la obtención de información fuera más respetada como actividad profesional por parte de los propios periodistas.

El criterio más claro que he encontrado para justificar los casos de recurso a técnicas heterodoxas de obtención de información es el criterio de la validación o contratación informativa. Así, cuando el informador precise validar una información que ya posee de algún modo objetivo y al mismo tiempo sea inevitable para suscribir completamente su argumento, podrá hacer uso de técnicas dudosas o violentas como el en-

gaño, el asalto o la captura de información. De este modo la violencia en la obtención de información no será más que parte de una estrategia de validación de un asunto que además es probado por otros medios, los cuales además justificaran su uso. Pero se trata de técnicas que han de ser inevitables en casos justificados por la elaboración de la credibilidad informativa y siempre en un segundo momento o fase, cual es el del procesamiento y tratamiento de la información.

La segunda gran tacha moral en la obtención de información es el pecado de **dejación en las posibilidades de obtención de información**. En las declaraciones internacionales sobre la información y en los códigos profesionales, se habla siempre de la libertad y el derecho de investigación del informador pero jamás se menciona la **obligación o deber de investigar y obtener la máxima información posible**, que es el principio que debe regir la conducta profesional periodística. El cumplimiento de la obligación de obtener e investigar la información debería primar en el mundo profesional y así también sería reconocido como el mayor deber del periodista por parte de su público. Pero para contar con buen material informativo en muchos casos el informador se ve tentado a no recoger un dato que echaría por tierra su noticia. Las condiciones profesionales y la rutinización del trabajo informativo han impuesto un modelo de obtención de información totalmente pasivo y adaptado a los suministros parciales, con prestigio o poder social y gratuitos como cómodos profesionalmente. El efecto de agenda nos habla de hasta qué punto existe iniquidad a la hora de afrontar la necesidad primera que los medios deberían satisfacer, la de ser sobre todo **receptores** de información aún más que **emisores** de información, como pedía Bertolt Brecht (Bassett 1991). La dejación de las tareas de recopilación de información es fatídica cuando el periodista recopilador de información omite su propio buen juicio y da crédito a lo increíble, a lo plenamente perjudicial o a

lo superficial, lo cual podríamos considerar también un modo de actuar de dejación de deber profesional.

En algunos códigos deontológicos se recoge el derecho del informador a unas condiciones dignas de trabajo. Efectivamente, las condiciones de trabajo, sean económicas, sean puramente funcionales, son en gran medida decisivas para una buena satisfacción del deber de investigación y obtención de información. El periodismo es una profesión con una naturaleza particularísima que ha hecho que la presión laboral y la autodefensa del trabajador configuren un profesionalismo en muchos casos, capaz de anteponer el trabajo a cualquier principio e interés. Esto ha hecho del periodismo una actividad heroica en algunos casos, y en otros deleznable. Hoy en día los informadores siguen destacando por su escaso corporativismo o espíritu de autodefensa asociacionista, lo cual redundaba en que los modos de trabajo y los valores que reinan en él no tengan nada que ver con la calidad del resultado o con una estrecha relación entre el profesional y su servicio.

En el periodismo contemporáneo la dejación del deber de completud informativa tiene una imagen divertida, y así observamos una sobrecarga informativa de pobreza temática. Quiero decir que abundan y saturan los medios informativos noticias siempre iguales, siempre sobre las mismas personas y los mismos temas, porque se dejan de lado informaciones que se consideran secundarias o anecdóticas, que son mucho más variadas, ricas y profundas porque provienen de focos informativos distintos o dispersos. Para un periodista con cierta capacidad de opción sería relativamente fácil rebuscar entre los teletipos y fuentes desechados por los criterios que dominan el mercado para encontrar y descubrir el verdadero sabor del periodismo.

Podemos decir que en la medida en que el periodista inicia la actividad informativa con violencia o dejadez, está cometiendo una falta profesional y social muy grave. No es preciso novelar

(Böll 1979) los efectos que estas armas invisibles pueden causar a corto o largo plazo sobre la conciencia social. De "verdadero crimen contra el espíritu" (Weil 1951) fue calificada en su momento la potencialidad de los medios para desarraigar y envenenar la vida social por su incapacidad para transmitir contenidos que deben ser obtenidos del mundo que nos rodea.

Procesamiento de información

Todas las actividades que el periodista realiza para elaborar, verificar, tratar, sumar, validar o equilibrar una información forman parte del procesamiento de la información. Estas actividades tienen que ver sobre todo con la edición y escritura de las informaciones. El principal pecado periodístico a la hora de elaborar las informaciones y noticias es la **invención** de la información, la falsedad en la elaboración de textos o mensajes. Entendemos que la inexactitud, el maquillaje, la falsedad o doblez caen dentro de la invención informativa. Grandes escándalos informativos como el de Janet Cooke en Estados Unidos fueron provocados por el pecado de invención de la información. La presión profesional y las tendencias violentas en la obtención de datos están facilitando el campo a las invenciones. El código europeo de 1918 (vid. Bone-te 1995) consideraba la calumnia, la difamación y la acusación sin pruebas como las faltas profesionales más graves al honor profesional del periodista.

En ningún caso puede un periodista sacarse de la manga unas declaraciones, falsificar unas pruebas o trucar una fotografía. Pero la invención tiene en el periodismo grados de gravedad. Mucho más grave es la invención por rutina, los periodistas que de la constante necesidad de expresar con fuerza o de forma gráfica algo que no han presenciado pasan directamente a decir lo que les parece o a poner en palabras de una fuente cosas que no se han dicho. La invención en el periodismo tiene su lugar propio en la creatividad necesaria para obtener información, para dispo-

nerla en el relato o para ser original en la presentación y difusión del mismo, pero jamás en la alteración de la materia prima de la información.

La **imprecisión e inexactitud** cobran naturaleza de defecto deontológico cuando se convierten en un arma para la manipulación periodística y producen consecuencias dañinas. Como sabemos, en el mundo de la información y de modo general, el orden de los factores altera el producto. Así la disposición y elaboración del material informativo, es un factor decisivo a la hora de validar o no un reportaje periodístico. Hay que decir que la disposición de los datos constituye un nivel de conocimientos, y por tanto, de realidad informativa. El informador ha de tener en cuenta que su visión de la realidad cambiará radicalmente según él maneje en mayor o menor profundidad la información. No existen propiamente visiones objetivas, sino grados de realidad en el conocimiento informativo. Es obvio que cada nivel de información proporciona un nivel de realidad distinto, y así el periodista ha de tener bien claro que su conocimiento de los hechos y la elaboración de sus conocimientos en el producto informativo provocará muy distintos resultados según la profesionalidad con que se trabaje.

Como extremo opuesto de este problema, a la manera de "contrapasso" dan-tesco, últimamente estamos viendo cómo la **literalidad distorsionante** informativa o la exhaustividad o excesiva proximidad en la imagen manipulan también la realidad de la que nos hablan. Por tanto, y de acuerdo con la modalidad de percepción adecuada a cada soporte, el periodista ha de dar la imagen más acorde con la realidad. La falsa neutralidad u objetividad son el valor deontológico más blandido contra los ataques a la prensa y los medios por su falta de rigor y fidelidad informativa.

La **omisión de información** obtenida que no es procesada por el periodista es un grave problema deontológico, sobre todo cuando se conecta con la de-

cción del deber de verificar o completar versiones en una información que está siendo procesada. Los métodos de validación del periodismo de investigación deberían convertirse en regla fija del trabajo informativo. En el periodismo convencional tiende a producirse lo que Fishman (1980) denomina el "encadenamiento" de las versiones. Este fenómeno supone que los informadores toman una de las versiones como base o fundamento de su información, y sobre los temas centrales de la misma obligan a las restantes fuentes a declarar, de modo que los puntos de acuerdo general se convierten en los hechos, mientras que las discrepancias entre las subsiguientes fuentes son tratadas como opiniones o posturas subjetivas. El encadenamiento obliga a asumir una versión, que suele ser la oficial o institucional, como la base para establecer la verdad por consenso, pero a la vez supone que no es el informador quien dirige las pesquisas informativas. El periodista debe tener, y así lo reconocen los códigos profesionales, independencia a la hora de verificar, contrastar o triangular las diferentes versiones, sabiendo que en el mundo informativo el orden de los factores altera el producto y que el nivel de información, predispone a un nivel de realidad. La doble y triple confirmación de las distintas tesis por vías independientes, y la búsqueda más allá de lo obvio o lo oficial es una metodología que nos evita el encadenamiento y hace surgir nuevos enfoques de la información, aunque eso sí, convierte cada noticia en un mundo completamente distinto y complejo.

La distinción entre hechos y opiniones no es completa. Entre los hechos y las opiniones existen las ideas, es decir, las formas creativas de interpretación que se desprenden del contenido de los hechos y que en muchos casos conducen a una visión de la realidad. Un periodista ha de trabajar con los hechos pues en igual medida que con las ideas. La distinción entre hechos e ideas no es clara, pues cada hecho es causa y resultado a su vez de ideas sobre la realidad. El periodista tiene que concebir y ma-

nejar ideas en la elaboración de sus informaciones, es decir, sus versiones de los hechos han de conducir a visiones de la realidad que sean lo más completas y reflexivas. Por opiniones entendemos más bien interpretaciones que no son concebidas en el conocimiento de los hechos, sino que provienen de estructuras previas más subjetivas y a la vez más generales. Recomendaríamos que los periodistas aprendieran a diferenciar entre ideas y opiniones.

Las ideas están estrechamente conectadas con los valores humanos. Hoy en día los códigos deontológicos omiten en lo posible hablar de valores como el amor, la verdad, la libertad, la buena fe, la justicia, la caridad o el honor. Es mucho más común encontrar hoy en un código ético alusiones paradójicas a los derechos profesionales que a los valores fundamentales. Los códigos adolecen de un sentido autodefensivo profesional un tanto ciego que huye de los valores absolutos que condicionarían la actividad periodística y se escudan en los derechos contrarios por los periodistas. El derecho y la moral son sin embargo antónimos en muchos sentidos. En la noción de derecho existe un matiz de fuerza y de presión al exterior que no existe en la noción de moral o de obligación. Los códigos que se basan en deberes pero contraponen inmediatamente derechos profesionales adolecen de fariseísmo profesional, es decir, pueden ser usados para defenderse y para atacar, pero no para mejorar. Prueba de esta sutil evolución agresiva de la autodefensa profesional es el hecho de que las reglas como la de no abusar de la libertad de prensa, que aparecen en los códigos históricos más antiguos, han desaparecido de los mapas deontológicos actuales.

Como Lichetemberg (1991) ha indicado, en el periodismo no existe el equilibrio aritmético de las versiones, así como tampoco de los espacios o de los temas. Cuando se impone un criterio positivista como el de la igualdad física entre partes para que rija un mundo como el de la comunicación nos encon-

tramos con un **desequilibrio absoluto**, y así, la "imparcialidad" informativa ante las injusticias se convierte ella misma en parte de esas injusticias. El equilibrio o la triangulación en el tratamiento de los temas y asuntos es sobre todo cuestión de **medias proporcionales**, y **no de medias aritméticas simples**. Cada versión de un hecho ha de tener un tratamiento de acuerdo con su participación, importancia y carácter esencial en ese asunto: así como sea de vital para el asunto y para la propia sensibilidad del informador, así habrá de ser mayor o menor su presencia en el relato de los hechos. De este modo, el redactor de la información no traicionará su propia visión de los sucesos, que es parte de la realidad de la que ha de dar fe, como el conocimiento científico ha aceptado desde hace tiempo. El punto de vista del observador ha de ser integrado en el conocimiento de la realidad observada (Morin 1960).

El principio anterior significa, como vemos, que una información equilibrada no es una información apática, ni aséptica, sino que el equilibrio precisamente puede obligar al informador a no ser neutral, al igual que un profesional de la Medicina no es neutral entre la enfermedad y la salud si se desea desempeñar bien su profesión, un informador no puede ser neutral entre la verdad y la falsedad, o entre la bonhomía y la injusticia, si desea ser realmente valioso para su sociedad. El informador ha de tener el principio de equilibrio como un principio básico que significa que todas las versiones obligatoriamente estarán presentes en su información, pero el equilibrio aritmético tiene su sitio propio en la fase de obtención de información, mientras que el equilibrio proporcional es adecuado en la fase de tratamiento informativo.

Sin embargo, el criterio más claro en este tema no aparece en ningún código deontológico de los que he consultado. El criterio más certero para procesar y tratar la información como es debido es el **criterio de la sensibilidad del periodista**. Podemos decir como regla fija que

cuando un periodista no siente nada al respecto de lo que está informando, es mejor que no informe de ello. La sensibilidad como Simone Weil, indica (1957) está estrechamente ligada a la atención humana. Cuanto menor es la atención menor es la sensibilidad de la persona y viceversa, una sensibilidad viva produce una atención más profunda y correcta. En nuestra concepción cientifista del periodismo hablar de sensibilidad conduce a irrisión general, cuando debería ser el primer sensor del periodista para saber si ciertamente debe informar o cómo debe hacerlo. Debemos presuponer a toda la humanidad la capacidad para tener sensibilidad común. Pero la sensibilidad de los periodistas debe estar activa durante la escritura de las informaciones. No basta con suponer lo que hay que sentir ante un asunto o noticia. Si el trabajo profesional y la búsqueda y tratamiento de la información no nos conduce a activar la sensibilidad sobre un tema es necesario continuar trabajando, y no expresar más que aquello que realmente se siente. La sensibilidad es más concreta que la conciencia como criterio deontológico.

La prostitución del tratamiento de la información a partir de dependencias de fuentes oficiales y extraoficiales es un aspecto que ya hemos señalado anteriormente. De nuevo nos encontramos con grados de dolo, pues ningún código deontológico recoge la naturaleza humana de las relaciones de los informes con las fuentes que derivan en amistades y afectan al tratamiento de la información. Como con otros problemas éticos, la familiaridad con la fuente es esencial al periodismo, y así, al partir de un pecado original parece que todos los pecados posteriores importan menos.

No podemos considerar al informador como a un cirujano aséptico e impersonal, pues con ello estamos omitiendo la realidad profesional, y con ello la dejamos ir a su aire. La amistad y relación de dependencia con las fuentes es aconsejable e inevitable profesionalmente, y es ella misma la que ha de marcar la línea de actuación. Como en todas las amistades hay profundos principios morales que han de

regirla. Como Séneca decía, hay personas que utilizan la amistad para justificar sus debilidades, compartiendo el mal como moneda de trato. Esta amistad, decía el filósofo estoico, es más bien una enemistad común hacia los demás, un pacto entre contrincantes. La amistad auténtica no es un escudo contra la ética propia, pues a la larga no resultará ni larga ni real. Ante un amigo, ante una fuente, es preciso comportarse aún mejor que como se comporta uno ante un desconocido.

La limpieza de trato, la claridad de objetivos, la ayuda real, sincera, la equidad en el tratamiento y comportamiento con la fuente son principios básicos que un periodista ha de cumplir si desea mantener sus fuentes por mucho tiempo, aparte de hacer bien su trabajo. Podemos decir que en la medida en que el periodista establezca relaciones estables profesionales con las fuentes, no puede actuar poniendo trampas a sus fuentes, traicionando los términos de su relación con ellas o aferrándose a sus palabras literales sin respetar también sus intenciones o motivos no patentes. Las fuentes ocasionales, o las fuentes a las que, por razón exclusiva del equilibrio en las versiones o completud en el tratamiento de las partes implicadas, haya que recurrir, tendrán igualmente un trato correcto. Solamente cuando la validación de una hipótesis informativa lo exija, es decir cuando sea vital mostrar las incoherencias o inconsistencias de una fuente para demostrar decisiva y completamente una tesis dialéctica, podrá el periodista presionar a las fuentes ocasionales. El periodista sec Fuentes, el listillo, no engaña a nadie por espacio de más de unos meses.

En nuestro país existen dos taras características en el tratamiento de la información de fuentes. Una de ellas es el abuso de una atribución anónima que enmascara el plagio informativo o la escasa credibilidad de la fuente informativa. El abuso de la atribución anónima ha sido el causante de grandes escándalos informativos internacionales, que han conducido a la prohibición de citar anónimamente en distintos medios (como en el código

de la AP. de 1994, vid Santos 1995), así como a la prohibición del uso de la regla de la reserva si se desea optar a un Premio Pulitzer. Como complemento y compensación del uso excesivo de las fuentes anónimas, en nuestro país ciertas instituciones abusan de las leyes de protección de secretos oficiales. El periodista ha de actuar asumiendo que tiene derecho a la información pública e institucional, sin con ello ponerse al servicio de las instituciones ni al servicio de la insidia sensacionalista.

Consideramos correcto y natural, y desde luego aconsejable, que en la elaboración del mensaje informativo el periodista recurra a ciertas técnicas de disposición de la información que creen atención pública. Por ejemplo, el periodista puede disponer los datos de que consta su información en un orden de menor a mayor importancia para impactar el interés del lector o espectador. Puede orquestar los datos que posee de modo que sorprendan constantemente al público, creando efectos de suspense, polémicos, estéticos o de interés humano. Esta práctica sin embargo, no es aconsejable en el campo de la difusión externa de información, como ahora veremos y mucho menos en el campo de la obtención de información, donde la agresividad o la confusión sólo aportan descrédito profesional.

Difusión de la información y ejercicio de función pública

Existe un tercer sector de actividades profesionales que incumben sobre todo a la **difusión** de la información que tiene lugar tanto después del tratamiento informativo como ya independientemente, cuando los periodistas siguen en la escena pública, ejerciendo ciertas actividades que van desde la tarea de comentaristas o tertuliano hasta la de líderes de opinión o portavoces políticos.

Cuando una información ya ha sido elaborada existen una serie de actividades encaminadas a difundir y aumentar la capacidad de penetración del mensaje sobre su potencial de audiencia. El

periodismo moderno ha incrementado enormemente las tareas de difusión y prepublicidad de sus propios mensajes. El principal problema en este caso es la mala fe a la hora de valorar y publicar el verdadero valor de las noticias que nos proporciona un profesional. Hoy en día leemos y oímos constantemente informaciones sin valor alguno que han sido vendidas a bombo y platillo y difundidas por los canales más variados. Noticias inexistentes envueltas en una presentación que abusa de los efectos especiales, cinematográficos o teatrales mantienen durante 24 horas del día los nuevos estilos informativos acercándolos progresivamente al enzensbergiano "medio cero" (1991), el medio que utiliza la mayor cantidad de tiempo, espacio y tecnología posible para emitir el menor contenido posible.

Como indicábamos anteriormente, el uso de técnicas de atracción del interés sólo tiene sentido cuando elaboramos la información sobre la base de un contenido realmente meritorio. La utilización del suspense, del tono dialéctico, de los efectos dramáticos, para todo tipo de contenidos sean cuales sean sus verdaderos valores informativos distorsiona enormemente la credibilidad pública del periodismo. Estas técnicas profesionales no pueden convertirse en fórmulas generales de difusión, sino que se ha de hacer un uso de ellas cuando sean vitales en la elaboración o procesamiento de la información, es decir, cuando sirvan para validar la noticia y vengan al caso de modo estrictamente necesario.

En el periodismo moderno ha aumentado enormemente la cantidad de profesionales dedicados exclusivamente a ser meros difusores de información elaborada o recabada por otros profesionales o medios. La figura del locutor de teledifusión encaja exactamente con este tipo profesional. Esta división del trabajo informativo, que desde la generalización del periodismo de agencias existe como tal, es tremendamente perjudicial para la calidad de información en la mayoría de los casos, pues son pocos los profesionales de la difusión capaces de convertir su trabajo

en una actividad que no convierta la información en algo impersonal, anónimo, insensible y sin sentido. Es un error pensar que este tipo de informadores sólo prestan su voz, su pluma o su presencia física a la información elaborada por otros, pues en realidad estos profesionales son los responsables de gran parte del efecto que produzca la información. Si actúan como sordinas de la misma por no personalizar y acentuar su personal lectura de la noticia el proceso de la comunicación informativa no se producirá de verdad.

Los principales fenómenos de inmoralidad profesional que se observan en el sector de **actividades derivadas del ejercicio de una función pública** son, por un lado **la extralimitación o abuso de poder, el uso de la imagen pública con fines lucrativos propios, privados o ajenos a la información y el fraude de la función profesional**. Es hoy en día común que la publicidad haga uso de la imagen y credibilidad de un periodista profesional conocido públicamente para poder vender y promocionar mejor un producto. Se trata de una auténtica prostitución de la función pública del periodista, que supone su credibilidad personal y la del medio en que trabaja al servicio de intereses comerciales.

Las relaciones entre periodista y publicidad son relaciones venenosas. Efectivamente, la publicidad acompaña al periodismo desde casi su nacimiento y a lo largo de toda la historia, pero no existe sin embargo nada más ajeno a la información que los mensajes publicitarios. Ello es así porque la finalidad de la información periodística es dar a conocer la verdad objetiva sin coaccionar al receptor de ese mensaje, mientras que la finalidad de la publicidad es coaccionar al receptor mediante el mensaje falsificando si es preciso la verdad objetiva. Por tanto, la información que se mezcla con la publicidad deja de ser información. Cuando los profesionales de la radio difuminan en sus programas la diferencia entre una entrevista informativa y una entrevista publicitaria, o introducen en sus comentarios menciones promocionales de cervezas o cremas, o

cuando vemos que el propio Estado o la Hacienda Pública "recrea" un escenario de telediaro para hacer publicidad de bonos o impuestos, estamos presenciando un auténtico vicio profesional.

No es moral utilizar la credibilidad que la información proporciona para hacer publicidad, ni con una finalidad pública al servicio de entidades oficiales ni con la finalidad privada de obtener sobresueldos o beneficios colaterales. Como en anteriores casos, la mayor o menor gradación en cuanto a la confusión deliberada que se desea crear entre información y publicidad marca también el grado de la gravedad de esta falta profesional. La mayor confusión o sutileza en este sentido no es menos grave, sino más grave. Es cierto que el periodismo ha tendido siempre a "disimular" la presencia de la publicidad en las páginas del periódico o a maquillar sus espacios para que no contaminasen precisamente la imagen de credibilidad del medio informativo. Esa tendencia al difuminado de límites entre información y publicidad llega hoy a su extremo cuando observamos la copia de formatos, tipos de letra de presentación o de discursos entre publicidad y periodismo.

Siempre que exista connivencia por parte del profesional de la información en prestar su imagen pública para fines publicitarios, tanto en forma activa como omisiva, es decir, cuando el periodista deja de hacer una clara y directa distinción entre información y publicidad, estaremos ante una degeneración profesional.

Otra lacra profesional, conectada directamente con la anterior, se refiere a la vanidad, extralimitación y abuso que los informadores por su privilegio puesto en el mundo público, pueden llegar a ejercer en sus funciones. Los periodistas estrella, con capacidad para hacer y deshacer prestigios o para dirigir la vida pública, y sobre todo para ocupar el lugar de otros profesionales sociales son hoy en día figuras comunes de nuestro espacio público. El mayor problema reside en que estas extralimitaciones impiden precisamente que el periodista pueda cumplir su labor con humildad y sin delirios de grandeza. El he-

cho de que profesionales de este sector obtengan premios literarios, promocionen sus hobbies o sus memorias y se conviertan en intelectuales sociales es también un abuso de confianza sobre su posición como difusores de la realidad cultural y social que precisamente debería impedir por puro sentido de la justicia que los periodistas cayeran en la trampa de hablar sobre sí mismos. Últimamente, sin embargo, el periodista estrella resulta además rentable para empresas o entes que obtiene de él una promoción colateral.

Consideramos un abuso de función igualmente que el periodista utilice sus ventajas profesionales como informador para obtener provechos privados, en mayor o menor grado según se extiende la relación entre la función profesional y el provecho personal. No es correcto que los periodistas sean constantemente objeto de obsequios, prebendas o invitaciones que no tengan directa relación con el desempeño de su trabajo. Es lógico y natural que un crítico de teatro reciba invitaciones para este espectáculo. No es correcto, en cambio que los periodistas deportivos estén igualmente invitados al teatro. El código de la agencia AP. de 1994 (vid. Santos 1995) indica que los informadores no han de realizar su trabajo en áreas donde tengan intereses particulares, por ejemplo hacer críticas si son artistas o trabajar en la sección de economía si son accionistas en bolsa.

El fraude en la función profesional es un tipo de tara moral periodística que tiene lugar cuando el periodista, en aras de una pretendida función social auxiliar, hace dejación de su deber profesional. Nos referimos a todos aquellos casos en los que el periodista se convierte en un falso benefactor social que escudado en su nuevo papel se salta el deber de objetividad, o el del respeto periodístico, o el de informar sobre temas de interés público. Los nuevos géneros de caridad televisiva (Lipovetsky 1994), así como los espectáculos sentimentales de este medio nos están mostrando hoy día como los periodistas dejan de lado los deberes básicos porque se presume realizan otras funciones como las de samari-

tanos, entertainers, altruistas o consejeros sentimentales. Encontramos aquí un desplazamiento de las categorías éticas profesionales que está dañando mucho la credibilidad profesional de los informadores.

Si deseamos que el periodismo alcance realmente la credibilidad que ha de tener y esté al servicio del conocimiento humano, no podemos seguir considerando normal lo que constituye un verdadero crimen contra la capacidad del hombre para conocer y comprender la realidad que le rodea. La mala conciencia social que el mal periodismo origina tiene tremendas consecuencias en todos los niveles y dimensiones humanas.

Un fragmento de la declaración de las obligaciones hacia el ser humano de Simone Weil (1957) nos servirá para concluir esta disertación. Entre las diversas necesidades del ser humano, Weil situó algunas parejas de contrarios como la soledad y la vida social, la igualdad y la jerarquía, la libertad y la obediencia consentida, y la que más nos incumbe:

"El alma humana tiene necesidad de verdad y de libertad de expresión. La necesidad de verdad exige que todos tengan acceso a la cultura del espíritu sin ser por ello material o moralmente trasplantados. Exige que no se ejerza jamás en el dominio del pensamiento ninguna presión material o moral que provenga de una preocupación ajena a la exclusiva preocupación por la verdad; lo cual implica la prohibición absoluta de toda propaganda sin excepción. Exige la protección contra el error y la mentira, lo cual transforma en falta punible toda falsedad material, evitable, afirmada públicamente. Exige una protección de la salud pública contra los venenos en el dominio del pensamiento.

Pero la inteligencia, para ejercitarse, necesita poder expresarse sin que autoridad alguna la limite. Es necesario por tanto que exista un dominio de investigación intelectual puro, que sea distinto pero accesible a todos, y en el que no intervenga ninguna autoridad".

BIBLIOGRAFIA

Böll H. *El honor perdido de Katherina Blun*. Barcelona, Argos Vergara, 1979.

Bonete Perales E. (coord.) *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos 1995.

Brecht Bertolt "Teoría de la radio", en Basset, L. *De las ondas rojas a los radios libres*. Barcelona Gustavo Gili 1991.

Enzensberger H.M. *Mediocridad y delirio*. Barcelona, Anagrama 1991.

Fishman M. *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Tres tiempos 1980.

Goldstein Tom, *The news at any cost*. Nueva York, Simmon and Schuster 1986.

Lichtemberg Judith "In defense of objectivity" en Curran J. Y Gurevitch M. *Mass media and society*. London E. Arnold 1991.

Lipovetsky G., *El crepúsculo del deber*. Barcelona Anagrama 1994.

Morin E. *L'esprit du temps*. París Gallimard 1960.

Rodríguez P. *Periodismo de investigación*. Barcelona Paidós 195

Santos F. *Periodistas*. Madrid, Temas de hoy 1995.

Séneca. *Cartas morales a Lucilio*. Barcelona, Orbis 1985.

Weil Simone *Cahiers*. París Plon 1956.

Weil Simone. *Écrits de Londres et dernières lettres*. París, Gallimard 1957.

Weil S. «Condition première d'un travail non servile», en *La condition ouvrière*. París, Gallimard, 1951.

Tunstall Jeremy, *Journalists at work*. London Constable. 1971.