

# ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD PÚBLICA DEL PERIODISTA LA VERDAD, LOS DERECHOS DE LOS PÚBLICOS Y OTRAS EXIGENCIAS ÉTICAS DEL TRABAJO INFORMATIVO

JUSTINO SINOVA  
PERIODISTA. CATEDRÁTICO DE PERIODISMO. UNIVERSIDAD SAN PABLO-CEU

## Resumen

El ejercicio del periodismo ha tenido históricamente "mala prensa". Pero el periodismo ha cambiado de modo notable, sobre todo a partir de la llegada de los estudios sobre comunicación e información a la Universidad. No obstante, el ejercicio periodístico requiere siempre de un planteamiento ético muy preciso. El artículo estudia tres materias básicas de la ética periodística: la dimensión de la responsabilidad pública del periodista, el protagonismo debido a los receptores de la información y la presencia inexcusable de la verdad en el trabajo informativo. En el fondo de un concepto radical del trabajo periodístico se halla el derecho a la información de cada persona, verdadero motor del proceso informativo.

## Palabras clave

Derecho a la información, ética profesional, objetividad, periodismo, periodista, público, verdad.

## Abstract

*Journalism has traditionally had a "bad press". But journalism has changed significantly, especially since the inclusion of communication and information studies as degree subjects. Journalism always calls for a very precise ethical approach. This article studies three basic aspects of journalistic ethics: the scope of the journalist's responsibility, the role to be played by the receivers of the information and the presence of truth in news reporting. Deep down in any radical conception of journalism lies the right of each person to information, the real driving force behind the communicative process*

## Key Words

*Right to information, professional ethics, objectivity, journalism, journalist, public, truth.*

## INTRODUCCIÓN

Todos hemos contemplado divertidos la extraordinaria película de Billy Wilder "Primera plana" ("The Front Page"), que es una crítica irónica y despiadada a los métodos de cierto periodismo. La inteligente comedia de Ben Hecht y Charles MacArthur en que se basa ha sido llevada al cine cuatro veces, lo cual es síntoma de su calidad y también de que las historias de periodistas han atraído siempre la atención del público<sup>1</sup>, pero la de Wilder tiene un final magnífico, sorprendente y significativo que dice mucho más que gran parte de los *gags* de su perspicaz guión. La película termina dando noticia de los caminos futuros emprendidos por los personajes de la historia y nos dice que el director del periódico, un periodista significado por su trapacería, por no detenerse ante nada ilícito para conseguir un sabroso relato periodístico, acabó sus días... impartiendo clases de ética en una Universidad.

Los espectadores ríen de buena gana y recuerdan quizá el caso de algunos periodistas conocidos. Todos los que ejercen o han ejercido el periodismo saben de colegas para quienes no es una simple broma ese dicho cínico que reza "no permitas que la realidad te arruine un buen titular", colegas para los que la realidad es a veces "un serio inconveniente". No hay razones para sorprenderse de que la figura del periodista haya tenido tan "mala prensa" tantas veces. No hay que bucear demasiado en la novela, el ensayo, las memorias, el cine... para encontrar juicios negativos, desencantados y acusadores de los periodistas. Thomas Jefferson, de quien se suele citar su apuesta sin condiciones por la libertad de información, llegó a formular este diagnóstico severo: "Hoy en día no puede creerse nada de lo que publican los periódicos. La verdad misma se hace sospechosa cuando aparece en ese vehículo contaminado. Sólo quienes están en situación de confrontar los hechos que conocen con las mentiras del día pueden saber hasta dónde llega este estado de desinformación" (Jefferson, 1987: 620-621)<sup>2</sup>.

"No hay nada que hacer en contra de la tendencia del periodismo a trastocar los valores", escribió Karl Kraus (1981), y no fue una de sus peores diatribas contra los periodistas<sup>3</sup>. Kierkegaard temía como una desgracia que un hijo suyo fuera periodista. Jean François Revel ha dicho que "los que recogen la información parecen tener como preocupación dominante el falsificarla" (Revel, 1989: 11)<sup>4</sup>. Antonio Gala ha podido escribir que "hay periodistas, si así pueden llamarse, zotes, manipuladores, falsarios, vendidos y trepas; son mentes aldeanas que nunca pasarán de animales

<sup>1</sup> La segunda, por Howard Hawks, con Cary Grant y Rosalind Russell, es para muchos la de más calidad. La de Wilder es la tercera, con participación de Jack Lemmon y Walter Matthau.

<sup>2</sup> Las reflexiones pertenecen a una carta que el redactor de la Declaración de Independencia de los Estados Unidos y posteriormente presidente de la nación dirigió en 1807 a un ciudadano que le pedía consejo para crear un periódico. Jefferson, un radical defensor del papel de la Prensa en una democracia, comentó decepcionado los excesos de los periódicos después de haber sufrido personalmente sus consecuencias.

<sup>3</sup> Entre los aforismos de Kraus, recogidos por Taurus en edición española, hay otros varios sobre distintas facetas del periodismo, que son una muestra de esa "mala prensa" que acompaña a los periodistas.

<sup>4</sup> En *El conocimiento inútil*, Revel, que durante toda su vida ha ejercido el periodismo, analiza numerosos casos de tergiversación de informaciones, que forman un alegato incontestable contra un modo deshonesto de realizar la tarea informativa.

<sup>5</sup> Lo publicó en *El Independiente*, Madrid, 22 de marzo de 1990.

domésticos o alimañas carroñeras"<sup>5</sup>. Valle Inclán nos dejó retratado en su novela *Tirano Banderas*<sup>6</sup> al director de periódico que obliga a sus redactores a escribir al dictado para servir a sus particulares intereses políticos. Ortega y Gasset, que había nacido en un ambiente periodístico y que publicaba asiduamente en los periódicos, era severo cuando se refería a gente del oficio y llegó a decir en 1915 que a la vista de ciertos semanarios se tenía la sensación de haberse "asomado a una cloaca"<sup>7</sup>. Hay que reconocer que esta "mala prensa" de los periodistas no es gratuita; por el contrario, la historia del periodismo nos dice que está ganada a pulso.

El periodismo ha cambiado mucho, sin duda, y el del siglo XXI no se parece al del siglo XVII. El director novelesco de Valle Inclán -modelo que estaba extraído de la realidad de su tiempo- ya no es posible donde ha crecido una mínima conciencia profesional, pero la recta conciencia profesional no ha llegado a todas partes y otros trastornos siguen manchando más o menos frecuentemente ciertos ambientes periodísticos. Los *reality shows* de la televisión tan denostados por tanta gente y tantos periodistas son obra no de unos entes irreales y desconocidos sino, en muchos casos, de periodistas. Es un ejemplo entre muchos. Así que más bien habrá que reconocer que ese retrato tan poco favorecido de los periodistas ha tenido un apoyo en la realidad y sigue teniendo hoy alguna virtualidad.

Interesa determinar las causas de esa fama más que distraerse en la queja o en la disculpa, y una de las causas radica, sin duda, en un déficit de sentido ético en momentos determinados. La profesión periodística es tan nueva que aún estamos conformándola. Los estudios sobre la comunicación social han llegado a la Universidad española hace poco más de un cuarto de siglo y la configuración de una verdadera conciencia profesional adolece aún de ciertas lagunas. En los últimos años se ha intensificado la confección de códigos éticos de la profesión periodística y los medios de comunicación van dotándose de libros de estilo y de estatutos de redacción que contienen referencias éticas muy notables<sup>8</sup>. Es un fenómeno nuevo que genera, afortunadamente, una preocupación que ha estado ausente de amplios círculos periodísticos. Pero, repito, nos hallamos aún en el principio, y se trata además de una profesión que no ha olvidado los estragos que causó el control político de la información, que ha seguido padeciendo controles durante la misma democracia<sup>9</sup>, y

<sup>5</sup> Y aunque se trata de una novela, refleja sin duda la realidad de una gran parte del periodismo en el siglo XIX y en el siglo XX, realidad de la que hoy también se puede encontrar ejemplos.

<sup>6</sup> Lo escribió en *España* el 16 de julio de 1915 bajo el título "Matonismo periodístico".

<sup>7</sup> V. *Ética en la información. Códigos de conducta y estatutos profesionales*, editado por la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), Madrid, 1996. La propia APIE dispone de un Código de Conducta redactado en 1989, que se suma al Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), de 1993 y al Código y Declaración de Principios del Colegio de Periodistas de Cataluña, de 1990. Son los tres códigos de ámbito más general. Además, todos los grandes medios, en el extranjero y en España, disponen también de normas internas de conducta que reproducen los principales principios éticos. La preocupación por la ética del ejercicio periodístico ha impulsado los estudios sobre la materia. Citaré tres trabajos relevantes en este campo de entre los varios publicados: Bonete Perales, E (coord.) (1995): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Madrid: Tecnos; Soria, C (1997): *El laberinto informativo: una salida ética*, Pamplona: Eunsa; y Bonete Perales, E (editor) (1999): *Ética de la comunicación audiovisual*, Madrid: Tecnos.

<sup>8</sup> En mi libro *El Poder y la Prensa*, Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, (1995), me refiero a los numerosos controles políticos que han operado y operan sobre la información.

muchos de cuyos miembros sospechan que algunos intentos éticos promovidos desde fuera de la profesión puedan ser una tapadera de inconfesables intenciones.

La ética, sin embargo, no es algo que permanente y suficientemente resida en la conciencia del profesional como sostienen algunos, para quienes uno mismo es el mejor y único juez de sí mismo. La ética, conjunto de principios, valores y obligaciones, debe estar plasmada en unos enunciados sencillos e indudables, interiorizados y conocidos por todos. Esto es, además, en nuestros días una exigencia social. Hasta las Redacciones de los medios llegan cada vez más las peticiones de los públicos, que reclaman un periodismo más íntegro, más veraz, más comprometido con el destino común. "La ciudadanía ya no se extraña de nada, pero constantemente reclama una moralización de la cosa pública", recuerda Adela Cortina, quien precisa algo tan sencillo y tan rotundo al mismo tiempo como esto: "Se puede ser un habilísimo político, un sagaz empresario, un profesional avezado, un rotundo triunfador en la vida social, y a la vez una persona humanamente impresentable" (Cortina, 1996: 9 y 16). No, la ética no es un saber común que no sea preciso recordar. Por el contrario, es una exigencia cada día más rigurosa y su presencia debe concretarse entre los materiales de trabajo del periodista, que debe considerarla también como una oferta de seguridad a los públicos.

Necesitamos, pues, una bien definida ética profesional e informativa, que no sólo recoja los tradicionales deberes de los periodistas sino también las demandas que plantea una sociedad de las libertades cada día más desarrollada, más exigente y más necesitada de una información completa, veraz y útil. El periodista, como consecuencia de estas exigencias, se enfrenta hoy a retos cada vez más altos, que le reclaman una mejor formación técnica y ética para poder dar una respuesta más compleja y más útil. Si la información es una necesidad y un derecho, y se erige además en uno de los presupuestos de la democracia, la información no puede quedar al arbitrio de quienes no tengan bien clara la dimensión pública de su tarea.

Por ello, un planteamiento elemental de la ética periodística hoy debe ocuparse de varias cuestiones básicas e insoslayables: entre ellas, el tributo profesional a la verdad informativa, el reconocimiento del protagonismo de los destinatarios de la comunicación social, con todas las consecuencias que origina, y la responsabilidad pública del periodista. Es preciso referirse a cada una de estas tres grandes cuestiones, que forman, según yo lo entiendo, el núcleo de la delicada función profesional del periodista en la sociedad democrática. Hagámoslo en sentido inverso al de su enunciado y dejemos la primera de ellas, la cuestión de la verdad, la más importante, para el final del planteamiento.

### LA RESPONSABILIDAD PÚBLICA DEL PERIODISTA

El trabajo del periodista no es entendido hoy del mismo modo que hace dos siglos. No sólo el concepto popular del periodista ha cambiado sino también la idea de su papel social. En los siglos XVIII y XIX los periódicos hacían más la función de soporte cultural que informativo y el trabajo del periodista se entendía como un compromiso con la cultura y con la propia opinión, cuando no con el poder o con el empresario de turno, que no se distinguía por su vocación de servicio

a las necesidades informativas del público. El profesor Carlos Soria ha estructurado significativamente la historia de la información en cuatro etapas, que revelan la evolución que ha experimentado el concepto de la Prensa y de su función pública: en la primera etapa, la información era considerada una parcela más del poder (durante siglos, y con muy escasas excepciones, la información ha sido objeto de un control político absoluto, que no entendía ni aceptaba que el ciudadano tuviera derecho a su gestión); en la segunda etapa, la información era por la fuerza de los hechos de la empresa periodística (el dueño del periódico se servía del medio y disponía de él de acuerdo con sus intereses, como nos muestra acertadamente, por ejemplo, Orson Welles en su magnífica y reveladora película "Ciudadano Kane"<sup>10</sup>); en la tercera, la información era de los periodistas (coincide con el momento en que empieza a construirse una conciencia profesional, en el primer tercio del siglo XX); en la cuarta etapa, ya en nuestros días, se entiende que la información pertenece al público (Soria, 1989). Se ha producido, nos dice, una auténtica revolución que ha concluido en la concepción de la información como objeto de un derecho humano. En verdad, toda una revolución.

Efectivamente, la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 plantea por primera vez, pero de forma que será definitiva, que la información es el objeto de un derecho del hombre, un derecho natural de cada persona, que resulta facultada para difundir opiniones e informaciones y también para exigir la información que necesita<sup>11</sup>. Esta noción de la información como el objeto de un derecho de la persona acentúa el perfil del periodista como intermediario de los ciudadanos, como mediador entre los hechos y los receptores de la noticia por él elaborada, y lo convierte en un verdadero servidor de los ciudadanos. Este derecho entre nosotros ha sido constitucionalizado en el artículo 20 de la Constitución de 1978 y es tenido, en el más alto rango, como un derecho fundamental de la persona.

Tal concepción del profesional que se ocupa de la tarea informativa se va abriendo paso decididamente. Un interesante ejemplo nos lo ofreció la ley de la cláusula de conciencia aprobada por

<sup>10</sup> *Citizen Kane* (19) es la historia de William Randolph Hearst, el empresario periodístico que no dudaba en cambiar la descripción de la realidad cuando no servía a sus intereses. La anécdota que nos presenta a Hearst ordenando a su dibujante enviado especial a Cuba a quedarse, pese a que la tranquilidad de la isla no ofrecía interés informativo, no es una invención. Hugh Thomas la recoge en su *Cuba. La lucha por la libertad. 1762-1970*, Barcelona: Grijalbo, 1973. Frederic Remington, que así se llamaba el caricaturista, le telegrafió: "Todo está tranquilo... No habrá guerra. Deseo volver", a lo que Hearst contestó: "Por favor, quédese. Usted proporcione los dibujos y yo proporcionaré la guerra". (p. 445). Hearst, que utilizaba la información para satisfacer sus propios objetivos económicos y políticos, representa el paradigma del empresario que se siente dueño de las noticias hasta el punto de considerarlas un producto comercial más con independencia de su veracidad. Welles lo refleja muy bien en *Citizen Kane*, película que Hearst no pudo destruir, por fortuna, pese a que lo intentó reiteradamente. Una historia acertada de Hearst y sus prácticas se encuentra en Leguineche, M (1998): *Yo pondré la guerra*, Madrid: El País/Aguilar.

<sup>11</sup> El artículo 18 de la Declaración Universal dice: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Es una concepción del derecho a la información que permite a cada persona la práctica de las tres facultades descritas -investigar, difundir y recibir informaciones-, aunque las dos primeras son las típicamente realizadas por los periodistas, y, por efecto del derecho a la información, como un servicio a los ciudadanos.

<sup>12</sup> Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información, publicada en el *Boletín Oficial del Estado* de fecha 20 de junio.

el Parlamento español en 1997<sup>12</sup>, que en su exposición de motivos llama al periodista "agente social de la información", subrayando esa dimensión de mediador imprescindible al servicio de los públicos. Precisamente, la cláusula de conciencia es una garantía del ejercicio profesional del periodismo para facilitar al periodista el cumplimiento de su responsabilidad de servicio a los públicos. De modo que el periodista realiza, cuando informa, una verdadera tarea social, una función de servicio a los ciudadanos, razón por la que su trabajo le impone una seria responsabilidad. Elaborar información es una labor que pasa por una selección profesional de la realidad para ofrecer a los públicos el conocimiento de la realidad significativa, la que merece la pena conocer, no es realizar una simple tarea cultural sino cumplir un deber<sup>13</sup>. Este deber consiste en una labor de relevancia social de la que dependen, por un lado, el disfrute por los demás, por cada persona, de su derecho humano a la información, derecho que en el caso español es además un derecho fundamental reconocido y protegido por la Constitución, y, por otro lado, la salud democrática de la sociedad, ya que, como sabemos, sin información libre, correcta y completa no es posible una sociedad dueña de sí misma.

La percepción de estar realizando un trabajo que entraña una dimensión de servicio al público modifica las pautas de comportamiento del periodista, pues conduce su actuación por caminos más comprometidos. Es entonces cuando el periodista entiende como una obligación ineludible dotar a su trabajo de una clara dimensión ética. El periodista actúa no sólo en el ejercicio de un derecho que le corresponde como persona sino también para que los demás puedan disfrutar adecuadamente del suyo. Su trabajo se erige, así, en un deber para con el público, presidido por una notable carga de responsabilidad.

### EL RECONOCIMIENTO DEL PROTAGONISMO DE LOS DESTINATARIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

La plena aceptación personal de la responsabilidad pública y el tributo profesional a la verdad como primera exigencia de la tarea comunicativa, a la que más adelante me referiré, no agotan el concepto ético del periodismo. Hace falta dar un paso más y tomar en consideración a los públicos desde el planteamiento profesional de la comunicación. Tomar en consideración a los públicos consiste en contemplarlos como destinatarios de la comunicación social y servirlos adecuadamente, pero también aceptarlos como participantes activos del proceso de la comunicación, a lo que tienen pleno y fundamentado derecho.

En realidad, los públicos son los motores del proceso de la comunicación social, ya que es el derecho a la información de cada persona lo que motiva la función informativa y lo que llena la

<sup>13</sup> V. la elaboración teórica de este deber por el profesor José María Desantes, entre otros: *El deber profesional de informar*, Valencia, Fundación Universitaria San Pablo CEU, 1988.

tarea informativa de deberes y de garantías profesionales. Por ejemplo, la cláusula de conciencia y el secreto profesional del periodista son dos figuras jurídicas a las que la Constitución española llama derechos pero que son también deberes éticos que tienen como objetivo garantizar a los públicos la recepción de una información veraz, suficiente, elaborada con criterios profesionales de responsabilidad. Si se elimina el derecho de los públicos como referencia elemental en el proceso de la comunicación social, nada tiene sentido en la tarea periodística.

El entendimiento de la cláusula de conciencia y del secreto profesional del periodista como garantías basadas en el derecho de cada persona a obtener información las llena de contenido y las aleja del riesgo de convertirse en privilegios. La cláusula de conciencia, tal como fue concebida por la precursora ley francesa de 1935, de la que ha bebido la legislación elaborada posteriormente en otros países, corre efectivamente el riesgo de desviarse de su función genuina, como defensora de la información. Si sus efectos se hacen depender sólo de la dignidad afectada del periodista por un cambio de línea editorial, puede acabar siendo reducida al papel de una protección especial y no justificada del profesional. Su finalidad esencial, por el contrario, es la de defender el derecho del público a recibir información rectamente obtenida y verazmente elaborada. Es una defensa del titular del derecho a la información y no sólo del periodista: es, dicho de otro modo, una defensa inmediata del periodista para facilitarle su trabajo con la finalidad, y sólo con esta finalidad, de que pueda servir adecuadamente a las necesidades informativas del público. Si la posibilidad de realizar información correcta permanece pese al cambio editorial y así el derecho a la información de los públicos puede ser satisfecho correctamente, no se dan las circunstancias necesarias para la puesta en marcha de una garantía tan excepcional. Porque la cláusula de conciencia, repito, lo mismo que el específico secreto profesional del periodista son, en realidad, formalidades de protección del informador en cuanto vehículo para la satisfacción del derecho de los públicos, y se ha de entender que actúan sólo para proteger esa posibilidad intermediaria del informador<sup>14</sup>.

El secreto profesional del periodista es concebido como un recurso para asegurar la obtención de información en el futuro. Al no desvelar el periodista sus fuentes informativas así como los materiales que le sirvieron para realizar información (documentos, grabaciones magnetofónicas...) y las circunstancias en la que la obtuvo y la elaboró (viajes, lugares frecuentados...) está protegiendo la posibilidad de seguir obteniendo datos informativos para ofrecérselos a los públicos. El derecho personal a recibir información es el fundamento de esta garantía, como de la cláusula de conciencia. Por eso, estos dos derechos constitucionales pueden convertirse en deberes para el periodista, exactamente cuando su entrada en juego sea imprescindible para asegurar el servicio al derecho de los destinatarios de la información.

Pero la realidad demuestra que los receptores de la comunicación suelen jugar en el proceso informativo un papel pasivo cuando no "paciente". El profesor Ángel Benito ha definido lo que

<sup>14</sup> Esta concepción de la cláusula de conciencia y del secreto profesional del periodista la expuse en la reunión científica convocada por la Fundación Centro de Estudios Políticos y Constitucionales "Lucas Mallada" y puede encontrarse una referencia en Ramírez, M (pres.) (1995): *El derecho a la información: teoría y práctica*, Zaragoza, Libros Pórtico, pp. 95-105.

llama la "dialéctica informativa", la correspondencia que se establece entre los promotores y los receptores en la comunicación social como una relación desequilibrada porque el sujeto técnico (el periodista y la empresa informativa) codifica sus mensajes, elabora sus informaciones de manera planificada, mientras el sujeto social (el público) descodifica, se informa de manera espontánea (Benito, 1995: 77-87)<sup>15</sup>. Esta descripción nos ofrece una imagen acertada de lo que ocurre realmente en el proceso de la comunicación informativa. El público se limita generalmente a ejercer la facultad de recibir, una de las tres facultades que forman el contenido del derecho a la información, mientras delega tácitamente las otras dos, investigar y difundir, en los profesionales de la información. El público depende en gran parte, cuando consume información, de los métodos de actuación de los emisores, y realiza esa actividad, la llamada descodificación, de un modo por lo general confiado. Pero el que esto sea así y el que la elaboración de los mensajes informativos sea una actividad organizada y planificada no implica, no debe implicar, que los públicos sean condenados perpetuamente al rincón de los simples destinatarios pasivos.

Una concepción radical de la tarea comunicativa como una actividad de consecuencias sociales invita a los periodistas a reflexionar sobre los destinatarios de su trabajo y a pensar en fórmulas que permitan hacer presente su participación en los medios, dar audiencia a la expresión de su respuesta en los canales habituales de la comunicación. Las tradicionales recetas de la comunicación empleadas por los públicos receptores, como las cartas a los periódicos, se muestran hoy insuficientes para articular su derecho a realizar un papel activo, de modo que hay que elaborar nuevas ideas para hacer posible la audiencia de los públicos en los medios, a lo que tienen, hay que repetirlo, derecho. El concepto de empresa periodística (asunto que nos desviaría de nuestro objetivo pero que hay que recordar aunque sea de pasada) no puede dejar de tener en cuenta a los públicos. La empresa está también condicionada, como el periodista, por el derecho a la información, afectada por los mismos deberes que tiene el periodista. La empresa informativa está obligada, por ejemplo, igual que el periodista, a la verdad, que no puede quedar supeditada a su programa ideológico o editorial; está obligada, igual que el periodista, a servir a las necesidades informativas de los públicos, lo que quiere decir que debe ofrecerle información imparcial de los hechos relevantes aunque no le gusten; está obligada, igual que el periodista, a prestar audiencia a los públicos. De modo que periodistas y empresas de la comunicación no hacen un favor a los públicos cuando difunden sus opiniones, sus quejas o sus sugerencias sino que cumplen exacta-

<sup>15</sup> Es interesante conocer en las propias palabras del profesor Benito todas las razones del "desequilibrio" que se da en la relación informativa: "a) porque la realidad es más amplia y compleja que el reflejo que pueda hacerse de ella en los contenidos informativos. El profesional siempre ha de seleccionar la realidad. b) La realidad es también más acelerada y dinámica que los medios informativos: éstos vienen siempre detrás y arrastrados por ella. c) El polo profesional codifica de un modo planificado, sobre todo lo que quiere y prevé incluso las consecuencias de su acción informativa. d) El polo social descodifica de un modo espontáneo e imprevisible, dada la diversidad de los públicos y a pesar de las tendencias advertidas hacia las reacciones homogéneas". (V. Benito, A (1996): *La invención de la actualidad*, Madrid: Fondo de Cultura Económica, p. 79.



mente con una de las obligaciones que emanan del derecho a la información. El problema consiste en encontrar fórmulas eficaces para canalizar la voz de los públicos, para hacer menos desequilibrada la relación entre los medios de comunicación y sus destinatarios.

El desarrollo tecnológico ofrece afortunadamente nuevas oportunidades para que los públicos ganen presencia en el proceso de la comunicación. Internet, resultado extraordinario de la colaboración de línea telefónica y ordenador, brinda al usuario anónimo la oportunidad de participar en el proceso desde cualquier rincón del mundo, además de la posibilidad de erigirse en promotor del proceso, bien que con la dificultad de abrirse paso en una frondosidad de comunicaciones cada vez más intrincada. Pero el sentido ético de la tarea informativa debe llevarle al periodista, con la colaboración necesaria de la empresa en la que realiza su trabajo informativo, a crear vías de acceso para los públicos y, en todo caso, a proceder en su trabajo sin perder de vista el derecho de los públicos a la participación, que no puede reducirse a un simple ejercicio de su derecho de réplica sino que debe dar lugar a una concepción más amplia de su papel como miembro activo del proceso de la comunicación<sup>16</sup>.

## EL TRIBUTO PROFESIONAL A LA VERDAD

La insistencia de los códigos éticos en la verdad informativa es sólo comparable al escepticismo que provoca su probabilidad en los ambientes del trabajo periodístico. Los códigos no dejan lugar a duda: "El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad", dice el de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), de 1993; los periodistas deben "observar siempre una clara distinción entre hechos y opiniones o interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de ambas cosas, así como la difusión de conjeturas y rumores", sostiene el Colegio de Periodistas de Cataluña; los medios de comunicación social del Estado (televisiones y radios públicas) deben conducirse bajo el principio de "la objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones", según se lee en el artículo 4º del Estatuto de RTVE<sup>17</sup>; los medios de comunicación deben "velar por no publicar material inexacto, engañoso o deformado" y cada vez

<sup>16</sup> Un inventario de posibles acciones puede encontrarse en Soria, C: *La hora de la ética informativa*. En el último capítulo, enumera fórmulas que se han experimentado en Estados Unidos para mejorar el nivel ético de los medios, y entre ellas figuran: sondeos sobre el nivel ético apreciado por el público; publicación de los índices de aceptación del público respecto a secciones, rúbricas o informaciones habituales; constitución de consejos de Prensa; creación de páginas de opinión para tribunas libres, pluralidad de opiniones...; constitución de oficinas de exactitud y equidad, para comprobar el nivel de verdad y rigor de informaciones sobre personas que son nombradas o aludidas en el medio informativo; comités ciudadanos de defensa del derecho a la información; *ombudsmen* para la información; inclusión dentro del programa empresarial de personas encargadas de criticar la publicación o medio y de informar de lo que a su juicio es contrario a la ética profesional; auditorías éticas de carácter voluntario... Sobre el defensor de los públicos receptores, figura nacida en la Prensa de Estados Unidos e importada en Europa por algunos medios, existe una interesante tesis doctoral realizada en la Universidad San Pablo-CEU, que mereció la distinción a la mejor tesis presentada durante el curso 2001-2002 en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación: Maciá Barberá, C: *La participación y los derechos de los públicos en el proceso informativo: la figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador*.

<sup>17</sup> Ley 4/1980, de 10 de enero, por la que se aprueba el Estatuto de la Radio y la Televisión. De esta ley se derivan las normas que regulan también la televisión privada, la autonómica y la local.

que adviertan una "inexactitud importante, declaración engañosa o noticia deformada" deben corregirla "con toda rapidez y de un modo debidamente destacado", dice el código de la Comisión de Quejas contra la Prensa de Gran Bretaña, código que ha sido aceptado como propio, expresamente, por *Financial Times*; *The Washington Post* se compromete en su libro de estilo a "una búsqueda agresiva, responsable e imparcial de la verdad"; la Federación Internacional de Periodistas dice en su declaración de principios que "respetar la verdad y el derecho que tiene el público a conocerla constituye el deber primordial del periodista"...<sup>18</sup> En fin, la reproducción se haría interminable porque en todos los documentos profesionales se encuentra una referencia más o menos directa a la necesaria búsqueda de la verdad en el trabajo informativo.

Contrasta la presencia de este referente ético con el escepticismo que anida en las Redacciones de los medios y en el corazón de muchos periodistas. El escepticismo es, sin duda, fruto de las dificultades del trabajo periodístico, pues la verdad muchas veces se esconde. Pero también es consecuencia de tropelías cometidas por periodistas deshonestos o inexpertos y de las inexactitudes detectadas en las informaciones que difunden los medios. Hay toda una literatura de la suspicacia que denuncia el amor a la mentira de aquellos que han tenido que describir algo alguna vez, sean o no periodistas, desde Quevedo a Leonardo Sciascia, que definía el periódico como "nuestra mentira cotidiana", pasando por el consejo venenoso de Mark Twain. "Reúne primero los datos, que ya tendrás tiempo de distorsionarlos como te plazca"<sup>19</sup>, y las quejas de tantos otros, entre las que hay que incluir la sátira popular de que la única verdad que ofrecen algunos diarios en su primera página es la noticia de su precio.

Hay que reconocer que las protestas por la inexactitud de los medios de comunicación encuentran con frecuencia algún fundamento. Aunque no siempre haya razón para la queja, porque ésta disfraza a veces el disgusto causado en quienes se ven afectados por revelaciones periodísticas veraces, otras veces los medios sí dan lugar a ella. Todos los periodistas con un poco de experiencia guardan en su memoria algún caso en que la verdad no salió bien parada. Hay varios casos emblemáticos, uno de los cuales es el protagonizado por Janet Cooke, redactora de *The Washington Post* que en 1981 ganó el premio Pulitzer con un reportaje inventado<sup>20</sup>. Desgraciadamente la historia de estas infamias periodísticas no ha sido pequeña, como es habitual la crítica a las inexactitudes informativas. He aquí dos ejemplos extraídos de las múltiples pistas que ofrece la literatura sobre los errores y las insuficiencias de la información. La primera procede de una novela de Francisco Umbral: "Los periódicos de aquí de la capital traen algo, pero la verdad es mucho más hermosa, ustedes los periodistas tenían que aplicarse a contar toda la verdad, con pelos y señales..."<sup>21</sup>. La segunda es de

<sup>18</sup> Se puede consultar una amplia selección de códigos deontológicos, libros de estilo y normas éticas en *Ética en la información... ya citado*.

<sup>19</sup> Hay una buena colección de juicios de este tipo en Carol, M (1997): *Contra periodistas*, Barcelona, Edhasa.

<sup>20</sup> Benjamín Bradlee, entonces director del periódico, cuenta en sus memorias la sorprendente historia, que para él y para su diario fue un golpe muy duro poco después de que hubieran ascendido a las cumbres de la profesión con el caso Watergate. V. Bradlee, B (1996): *La vida de un periodista*, Madrid, El País/Aguilar, págs. 514 y siguientes.

<sup>21</sup> En la novela *Madrid 1940*, Madrid: Planeta, 1993, p. 35.

una novela de Raymond Chandler: "Al día siguiente leí los tres periódicos de la mañana [y] los tres relatos de lo sucedido estaban tan cerca de la verdad como cabe esperar de la Prensa: tan cerca como Marte de Saturno"<sup>22</sup>. La literatura, en este caso, un reflejo fiel de la realidad.

Hoy contamos con otra razón que explica la ausencia de la verdad en los medios: el negocio y el espectáculo. Desde el momento en que la noticia se convierte en espectáculo y se aprecia su valor como mercancía, la verdad pasa a un segundo plano. Es la tesis que sostiene el periodista Ryszard Kapuscinski, quien denuncia que el mundo de los negocios ha descubierto "de repente que la verdad no es importante", que "lo que cuenta, en la información, es el espectáculo. Y, una vez que hemos creado la información-espectáculo, podemos vender esta información en cualquier parte. Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella" (Kapuscinski, 2002: 36). Y el negocio ha relegado al periodista, con lo que la información ha dejado de ser lo que era: un producto cultural al servicio de los públicos para satisfacer su derecho a informarse<sup>23</sup>. Esto hay que entenderlo, naturalmente, como un fenómeno parcial que afecta a los medios más próximos al espectáculo, los audiovisuales, y no en toda su actividad.

Y, sin embargo, la verdad sigue siendo, por encima de modas y negocios, un valor esencial de la información, como recuerdan oportunamente los códigos éticos, los estatutos de redacción, los libros de estilo, el derecho ...y el sentido común. Y debe seguir siéndolo. La verdad está tan indisolublemente unida a la información desde el punto de vista de los principios que la información no veraz no puede llamarse información. Será otro producto, pero no información en sentido estricto. Es lo que quiere decir el profesor Desantes cuando afirma que la verdad es "el constitutivo mismo de la información" o "el constitutivo esencial de la comunicación materializada en el mensaje" (Desantes, 1998: 71 y 75). Ortega va más allá y afirma que "la verdad es una necesidad

<sup>22</sup> En la novela *El sueño eterno*, Madrid, Alianza, 2001, pág. 124. En otro pasaje, se puede leer esta afirmación también reveladora: "Me entero de las cosas tal como suceden, no como luego se leen en los periódicos", p. 138.

<sup>23</sup> Tiene interés conocer in extenso el argumento de Kapuscinski: "A principios de siglo, la información (...) podía centrarse en la búsqueda de la verdad, en la individuación de lo que sucedía realmente, y en informar a la gente de ello, intentando orientar a la opinión pública. Para la información, la verdad era la cualidad principal. (...) En la segunda mitad del siglo XX, especialmente en estos últimos años, tras el fin de la guerra fría, con la revolución de la electrónica y de la comunicación, el mundo de los negocios descubre de repente que la verdad no es importante (...): que lo que cuenta, en la información, es el espectáculo. Y, una vez que hemos creado la información-espectáculo, podemos vender esta información en cualquier parte. Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella.

De esta manera, la información se ha separado de la cultura: ha comenzado a fluctuar en el aire; quien tenga dinero puede cogerla, difundirla y ganar más dinero todavía. (...) Hoy nos encontramos en una era de la información completamente distinta. (...) Y éste es el motivo por el que, de pronto, al frente de los más grandes grupos televisivos encontramos a gente que no tiene nada que ver con el periodismo, que sólo son grandes hombres de negocios, vinculados a grandes bancos o compañías de seguros o cualquier otro ente provisto de mucho dinero. La información ha empezado a "rendir", y a rendir a gran velocidad.

(...) Hace cuarenta, cincuenta años, un joven periodista podía ir a su jefe y plantearle sus propios problemas profesionales: cómo escribir, cómo hacer un reportaje en la radio o en la televisión. Y el jefe, que generalmente era mayor que él, le hablaba de su propia experiencia y le daba buenos consejos. Ahora, intentad ir a Mr. Turner, que en su vida ha ejercido el periodismo y que rara vez lee los periódicos o mira la televisión: no podrá daros ningún consejo, porque no tiene la más mínima idea de cómo se realiza nuestro trabajo. Su misión y su regla no son mejorar nuestra profesión, sino únicamente ganar más". *Los cínicos no sirven para este oficio*, pp. 35-38.

constitutiva del hombre" (Ortega y Gasset, 1983: 39). Por eso, todo el mundo espera encontrar la verdad cuando alguien le ofrece información, cualquier tipo de información, y desde luego cuando, como ocurre con el ejercicio profesional informativo, se compromete públicamente con la verdad. La verdad es una exigencia elemental de las relaciones humanas, es una demanda de los públicos en el proceso informativo y es además un imperativo de la ley. ¿Puede acaso la actividad humana de la información borrar la preocupación por la verdad de su horizonte?

- La verdad es una exigencia elemental de las relaciones humanas. Esto no admite duda. En las relaciones interpersonales, todos damos por descontado que la verdad es un valor respetado. Nadie acepta la mentira, que es entendida humanamente como una traición. Se disculpa el error pero se condena la mentira. Cuando alguien se ve engañado, presa de una mentira, siente una incomodidad personal que le lleva a cancelar la confianza depositada en el otro, porque se parte del deber humano de la sinceridad, y la mentira significa una infidelidad personal.
- La verdad es también una demanda concreta de los públicos. Ese deseo de que cada uno cumpla con su deber de sinceridad en las relaciones humanas se traslada y preside la correspondencia mantenida en el ámbito de la comunicación social. Los públicos preguntan a los informadores por lo que ha sucedido y esperan una respuesta informativa. La opinión de los periodistas es muy importante, tan importante como pueda ser la de otras personas, y además tienen derecho humano, derecho constitucional en España a expresarla, pero cuando realizan su trabajo profesional de informar deben responder a las necesidades informativas de los públicos y, en consecuencia, deben ofrecer información, es decir, datos, un relato cierto, la verdad de lo que ha ocurrido. Informar consiste no tanto en "construir" como en "reconstruir" una realidad. "Reconstruir" es volver a construir de acuerdo con el original, lo que equivale, como dice sabiamente el Diccionario de la Lengua, a "unir, allegar, evocar especies, recuerdos o ideas para completar el conocimiento de un hecho o el concepto de una cosa". Los públicos piden en primer lugar la verdad de los hechos y luego, pero en segundo lugar y si acaso, la opinión sobre los hechos conocidos. Es evidente que de nada vale la opinión si previamente no ha circulado la verdad informativa de los hechos.
- Pero es que la verdad es también un imperativo de la ley en la comunicación social. La falta de sinceridad con el público desconoce el mandato de la ley. En el caso español, la verdad informativa es un expreso requerimiento constitucional. La Constitución de 1978 reconoce y protege el derecho "a comunicar o recibir libremente información veraz" (artículo 20, 1, d). El adjetivo "veraz" es, en este caso, redundante. Como la información no veraz no es información, tal como hemos visto, es superfluo el empleo del adjetivo: basta con la palabra información para que se entienda que se está hablando de un relato veraz de hechos. Pero la Constitución ha querido remachar el concepto y no debe quedar ni la sombra de una duda. Luego el Tribunal Constitucional ha precisado que la exigencia de verdad establece "un específico deber de diligencia sobre el informador", en el sentido de que "se le puede y se le debe exigir que lo que transmita como hechos haya sido objeto de previo contraste con datos objetivos". El alto Tribunal, insistiendo en ese "específico deber de diligencia", determina que no cuenta con la garantía constitucional quien "actúa con menosprecio de la veracidad o la falsedad de lo comu-

nicado", porque en ese caso defrauda "el derecho de todos a la información"<sup>24</sup>. El Tribunal reconoce la dificultad de la tarea informativa y disculpa los errores, pero dentro de un marco de exigencia radical de la verdad, que se erige como el principal valor de la información, como un valor inesquivable, como un valor, ya lo hemos dicho, constitutivo.

Esta doctrina del Tribunal Constitucional, plenamente exigente de la verdad, ha despertado, no obstante perplejidad por cuanto no entra a definir la verdad informativa y opta por suponerla en el mensaje cuando el periodista autor ha realizado todas las actividades profesionales adecuadas para elaborar un relato veraz, cuando mantiene esa actitud profesional que describe como "específico deber de diligencia". Lo que define el Tribunal Constitucional no es exactamente la verdad que la presume presente por actos circunstanciales sino una de las cualidades profesionales exigibles, o mejor dicho uno de los esfuerzos a que está obligado todo profesional que trabaja con la realidad. El Tribunal está detallando exactamente la objetividad, ese concepto tan discutido pero tan necesario para la información. La objetividad es una actitud personal por la que el sujeto realiza el esfuerzo de informarse de la mejor manera posible para elaborar también de la mejor manera posible un relato veraz de un hecho. La objetividad no tiene que ver con el hecho sino con la persona, pues radica exactamente en su voluntad. Es un esfuerzo para lograr el conocimiento y la comunicación de la realidad. Por esto, la objetividad es una actitud necesaria en los periodistas, en los historiadores, en los profesores... en todos los que han de manejar la realidad. Y si la verdad es exigible, la objetividad es también exigible, porque es la actitud precisa para conocer adecuadamente la realidad y elaborar una descripción veraz de ella. Es decir, la objetividad es un presupuesto personal para la verdad.

Desde luego, la exigencia de la objetividad, evocada casualmente en esta y otras sentencias del Tribunal Constitucional, remata el edificio de la responsabilidad pública del periodista. La objetividad, tan necesaria como mal entendida por algunos, es el fermento de la actitud profesional que busca servir plenamente al derecho a la información de los públicos, primera razón del trabajo periodístico.

Lo que he apuntado aquí no agota, por supuesto, una teoría de la ética periodística. Me he referido sólo a tres cuestiones, con la coda final dedicada a la objetividad, pero son tres cuestiones fundamentales, hasta el punto de que su presencia habitual en las cocinas de la información mejoraría el valor y la eficacia de la comunicación social. Se ha dicho que hay que abstenerse de visitar la trastienda de ciertos negocios para seguir confiando en ellos. Algunos han añadido las Redacciones de los periódicos a esa relación. Pues bien, lo que la ética periodística hace es airear y convertir en más presentables esos ámbitos donde se guisa la información. De ello, sólo pueden resultar beneficios para el mundo periodístico, para los públicos y, en general, para la sociedad. El trabajo periodístico, por cierto, ha mejorado muchísimo con respeto a los orígenes de la profesión y con respecto a sólo unas décadas. Pues bien, eso se debe en gran parte al nacimiento de una verdadera conciencia profesional y al esfuerzo ético de muchos. La ética mejora mucho el panorama. Y debe tener la oportunidad de seguir haciéndolo.

<sup>24</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional 8/1988 de 21 de enero. El Tribunal ha reiterado estos argumentos en otras numerosas ocasiones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benito, A. (1996): *La invención de la actualidad*, Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Bonete Perales, E. (coord.) (1995): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Madrid: Tecnos.
- Bonete Perales, E. (editor) (1999): *Ética de la comunicación audiovisual*, Madrid: Tecnos.
- Bradlee, B. (1995): *La vida de un periodista*, Madrid: El País/Aguilar.
- Cortina, A. (1996): *El quehacer ético. Guía para la educación moral*, Madrid: Santillana.
- Desantes, J. M. (1988): *El deber profesional de informar*, Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Desantes, J. M. (1998): *Comunicación social*, Madrid: Unión Editorial.
- Jefferson, T. (1987): *Autobiografía y otros escritos*. Madrid: Tecnos.
- Kapuscinski, R. (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio*, Barcelona: Anagrama.
- Kraus, K. (1981): *Contra los periodistas y otros contras*, Madrid: Taurus.
- Ortega y Gasset, J. (1983): "Prólogo para alemanes", *Obras Completas*, VIII, Madrid: Alianza Editorial/Revista de Occidente.
- Revel, J. F. (1989): *El conocimiento inútil*, Barcelona: Planeta.
- Sinova, J. (1995a): "Consecuencias profesionales del derecho a la información", en Ramírez, M. (pres.) (1995): *El derecho a la información: teoría y práctica*, Zaragoza: Libros Pórtico, pp. 95-105.
- Sinova, J. (1995b): *El Poder y la Prensa*, Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Soria, C. (1989): *La crisis de identidad del periodista*, Barcelona: Mitre.
- Soria, C. (1997): *El laberinto informativo: una salida ética*, Pamplona: Eunsa.
- Varios (1996): *Ética en la información. Códigos de conducta y estatutos profesionales*, Madrid: Asociación de Periodistas de Información Económica.