

EL COMETIDO DE INFORMAR SOBRE LA GUERRA

Creo que es pronto para hacer balance del tratamiento que las televisiones españolas están dando a la escalada bélica en Yugoslavia, de modo que me limitaré a recordar aquí algunas recomendaciones obvias al tratar esta información.

Comencemos por la tendencia televisiva a convertir todo en espectáculo. A un medio que mezcla entretenimiento e información le cuesta en ocasiones distinguir adecuadamente entre ambos. De este riesgo nace la primera obligación cuando se informa de la guerra: no se debe abusar de los recursos técnicos para incrementar el dramatismo, incluso si se quiere atraer la atención del público y sensibilizarle. El drama y el sufrimiento de una guerra son suficientemente graves y no necesitan recursos técnicos que los realcen.

De esta obligación genérica se siguen otras más puntuales. Así, a la hora de presentar esta información conviene evitar cortinillas, cabeceras o ráfagas con imágenes del conflicto y banda sonora como si se tratara de una película de acción. El resultado es contraproducente: lo que se quiere presentar como el tema más destacado del informativo acaba pareciendo el anun-

cio de la película de la noche, sólo que por desgracia no se trata de ficción. Del mismo modo, debería evitarse en los sumarios o la presentación de las noticias pasar sin solución de continuidad de la información del conflicto a, por ejemplo, la información deportiva. Es sencillamente indecente que a la noticia o las imágenes de una matanza siga sin más la de la crisis de un equipo de fútbol. Tampoco creo que sea oportuno recurrir sistemá-

camente a las imágenes a cámara lenta de los efectos del conflicto o a acompañamientos de música dramática, algo de lo que ha abusado incluso la ecuaníme BBC en estas últimas semanas. De acuerdo con la UNESCO es una obligación ética

del periodismo favorecer siempre la paz, pero esa batalla no se gana con recursos efectistas en el momento de dar la información. El objetivo cuando se informa de un hecho dramático no es conmover; sigue siendo informar.

En general, la información o las imágenes de una guerra nunca deben utilizarse como recurso para aumentar la audiencia. Este objetivo no debe estar en la mente de quienes realizan o programan dicha información. En el lado opuesto, hay

**El drama y el sufrimiento
de una guerra son suficientemente
graves y no necesitan recursos
técnicos que los realcen**



que evitar la tentación de no concederle el oportuno relieve o el tiempo necesario por atender a criterios de audiencia o demandas del público. Por lo que se refiere a la información misma, hay que redoblar el esfuerzo para evitar las desvirtuaciones y desinformaciones asociadas a las propias rutinas productivas del medio televisivo.

Si la prisa es mala consejera, lo es más en caso de guerra, donde las primeras informaciones pueden (y suelen) responder a intereses propagandísticos o a errores derivados de una situación confusa. El esfuerzo de verificar la información debe acentuarse, lo que a veces significa dejar transcurrir un tiempo mínimo para recibir nuevos datos, desmentidos o novedades que ayuden a evaluar mejor la información inicial. En particular debe evitarse el recurso fácil a las noticias “recién llegadas” o “de última hora”, más aún cuando se trata de los minutos finales del informativo.

También hay que evitar recurrir a montajes, imágenes de otras noticias o de archivo cuando se carece de las específicas de la noticia y es importante procurar informar al público sobre el origen de las imágenes facilitadas. Esto ayuda además a prevenir que las cadenas puedan ser utilizadas sin saberlo para difundir propaganda o información tendenciosa. Además debe evi-

tarse la sobrevaloración informativa de los propios enviados o del directo. El testimonio del corresponsal siempre es esencial como testigo directo y profesional de ciertos hechos; y su relato tiene además un altísimo valor informativo. Pero no debe confundirse su relato con una visión más completa de los hechos. Su crónica puede ser poco relevante comparada con otras, por muy efectista que sea su presencia ante la pequeña pantalla.

El riesgo de la desinformación en televisión suele acentuarse por las exigencias de brevedad y rapidez de los informativos. No se puede hacer todo en treinta minutos. Es mejor reconocer que la situación plantea una demanda extra de información que debe cubrirse con nuevos programas, especialmente en las cadenas públicas. No con cortes para dar la última novedad, creando desconcierto y alarma, sino con programas especiales, al final de la jornada, o semanales, que traten de compendiar la situación, de arrojar algo de luz y de convocar a expertos –verdaderos expertos, por favor– que puedan ayudar a entender mejor los hechos. Quizás sea en este aspecto donde las televisiones españolas han estado menos ágiles.

HUGO AZNAR

Profesor de Ética Periodística del CEU (Valencia) y autor de “Comunicación responsable” (Ariel, 1999)

