

DECISIONES ÉTICAS EN EL PERIODISMO

Las medianas de los comunicadores

M^a Rosa Pinto Lobo

Catedrática de Teoría de la Comunicación

Facultad de Comunicación

Universidad Pontificia de Salamanca

Lyon, 16 de mayo de 2014. 11h.-11:45h.

Simposio FUCE

1. Introducción.
2. Información, Comunicación y Conocimiento.
3. Principios éticos.
4. Decisiones éticas en el periodismo. La teoría profesional.
5. Conclusión.
6. Bibliografía.

1. INTRODUCCIÓN

Esta ponencia se titula ***DECISIONES ÉTICAS EN EL PERIODISMO. Las medianas de los comunicadores***. Detengámonos en la palabra mediana. ¿Qué es una mediana? Si buscamos en el Diccionario de la Real Academia Española, podemos encontrar las siguientes definiciones: *En el juego de billar, taco algo mayor que los comunes, que sirve para jugar las bolas distantes de las barandas*. Otra definición de

la RAE es: *Correa fuerte con que se ata el barzón al yugo de las yuntas*. En geometría la mediana es, en un triángulo, la recta trazada desde un vértice al punto medio del lado opuesto. Ninguna de estas definiciones sirve al propósito de esta comunicación. ¿De qué mediana estamos hablando entonces? ¿Qué pedimos los madrileños cuando solicitamos una mediana? En Madrid, una mediana es un café con leche pero ... un café con leche que no es un tazón ni una pequeña taza. Tiene una medida exacta, ni grande, ni pequeña, ni poca, ni mucha leche; siempre en taza de porcelana, mediana –por supuesto- y siempre caliente, porque el madrileño es dicharachero y mientras habla se va enfriando.

Los periodistas debemos ser como las medianas madrileñas. Nuestras decisiones profesionales tienen que estar en el punto medio pero ¿cómo deciden éticamente los periodistas? La Teoría Profesional nos ayudará a responder. Es una teoría que enseñamos en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. La razón de que se impartan estos conocimientos es que los estudiantes de las universidades católicas deben otorgar un perfil deontológico a su trabajo. Los desafíos de la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento tenemos que afrontarlos con soluciones éticas.

2. INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CONOCIMIENTO

Cuando nos adentramos en el estudio de la comunicación, y leemos distintos tratados y teorías, en todos ellos se da por supuesto que sabemos diferenciar entre los conceptos de información, comunicación y conocimiento. Detengámonos un momento, e intentemos responder cómo definiríamos la información, la comunicación y el conocimiento. ¿Qué diferencia la información del conocimiento? ¿Precisa la comunicación de la información? ¿Es igual la información que la comunicación?

Al hablar de **información** nos estamos refiriendo al conjunto de señales, datos, pruebas o evidencias sobre las cualidades y circunstancias de personas, objetos y fenómenos. La **comunicación** es un proceso dinámico de transmisión de información entre un emisor y un receptor que comparten un código común. El **conocimiento** es el resultado de una actividad intelectual y emocional mediante la que relacionamos, sintetizamos y establecemos conexiones entre distintas informaciones, las dotamos de sentido y creamos otras nuevas.

Un acercamiento al concepto de información podemos encontrarlo en el *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, en concreto, en los artículos que relacionan información y situación e información y poder.¹ También es muy recomendable el estudio de James Gleick ²

En esta ponencia nos referiremos a un tipo de información: la información periodística. Es decir, la información que extraen y transforman los profesionales de la comunicación y que los periodistas hacen llegar al público desde las fuentes. El concepto de información periodística al que nos aproximaremos coincide con el concepto de información que defiende el periodista holandés Joris Luyendijk, la información como bien y como educación. En palabras de Luyendijk, periodista del diario británico *The Guardian*, “si no se pueden privatizar unos juzgados tampoco el periodismo ético”³ En su último libro, Joris Luyendijk describe su trabajo como corresponsal de guerra en Oriente Medio. Presenta una visión muy crítica del periodismo y señala cómo los medios de comunicación occidental distorsionan las

¹ BENITO, A. (Compilador) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, 1991, pp. 754-764 y pp. 785-796.

² GLEICK, J., *La información. Historia y Realidad*, Barcelona, Crítica, 2012.

³ GUTIERREZ. O., “No se puede privatizar el periodismo ético” en *El País*, 1 de octubre de 2013, p.56.

noticias, pero defiende que el periodismo tiene todavía una misión en nuestras sociedades.⁴

Respecto a la comunicación, nos centraremos en el proceso de la comunicación social. Focalizaremos nuestra atención en un tipo de comunicación que cuenta con unos profesionales que forman parte de una organización y manejan unos medios técnicos con los que transmiten una información periodística a un público disperso y heterogéneo.

El conocimiento que alcancen emisores y receptores resultará de las interacciones que ambos agentes lleven a cabo con la información de actualidad, ésta será el mensaje del proceso de la comunicación social o mediática.

3. PRINCIPIOS ÉTICOS

En el ejercicio cotidiano de la profesión periodística todos los días tenemos que enfrentarnos a retos que no pueden solventarse con las leyes o los códigos. Estos retos implican planteamientos más complejos sobre lo correcto y lo incorrecto, sobre las consecuencias de nuestras acciones, sobre las responsabilidades que acarrea la transmisión de información periodística y la publicación de determinadas noticias y reportajes. Es en estas circunstancias donde se imponen los controles informales. ¿Cuáles son estos controles informales? Expondré algunos: la ética personal, los códigos de conducta y los controles internos, por ejemplo, la política de la organización periodística, la autocritica y las normas propias de la profesión.

Estos controles informales buscan cumplir con los máximos éticos y los mínimos jurídicos. Se apela en esta ponencia a la responsabilidad de los profesionales

⁴ LUYENDIJK, J., *Hello everybody*, Madrid, Península, 2013.

del periodismo, nacida del libre ejercicio de su actividad y no como resultado de unas medidas sancionadoras externas.

¿Se puede enseñar y ejercer el periodismo sin estos controles informales? Desgraciadamente la respuesta es sí. Por fortuna, las Facultades de Comunicación podemos, y debemos, enseñar y practicar estos controles informales. Es nuestro deber lograr que los alumnos, en palabras de Richard y Linda Huen, pasen, de potenciales periodistas incompetentes e inconscientes, a ser profesionales competentes y conscientes. En este estadio de competencia es donde el periodista tiene que desarrollar los mencionados controles informales para un ejercicio ético en los medios de comunicación.

Uno de los controles informales más importante es la ética personal. Todos nosotros –me estoy refiriendo a las universidades católicas- partimos de la necesidad de unos principios morales que nos indiquen la mejor manera de actuar ante un dilema profesional. Si la ética nos indica qué debemos hacer, nosotros contamos además con la religión, que nos facilita el qué debemos esperar. Estoy de acuerdo con Manuel Fraijó cuando afirma “lo que intentaron siempre tanto la ética como la religión fue presentar un cuadro inteligible de la vida sobre la tierra”⁵ Este mismo autor nos recuerda que el 83% de los seres humanos vinculan su quehacer ético con su pertenencia a alguna de las 10.000 religiones existentes en nuestro planeta.

Veamos a continuación los cinco principios morales que Joseph R. Dominick considera que tenemos que recordar los profesionales de los medios de comunicación.⁶

⁵ FRAIJÓ, M., “¿Vivir sin ética, vivir sin religión?” en *El País*, 8 de febrero de 2014, p. 33.

⁶ DOMINICK, J., *La Dinámica de la Comunicación*, México, McGraw-Hill, sexta edición, 2001, pp. 470-472.

3.1. El principio del punto medio.

Este principio, atribuido al filósofo Aristóteles, nos indica que la virtud moral reside entre los dos extremos. La clave está en la moderación. ¿Recuerdan esa mediana madrileña con que iniciaba esta ponencia? Ni mucha, ni poca leche; ni mucho, ni poco café. Un término medio, que también debemos plasmar al ejercer el periodismo. Tenemos que equilibrar el deseo de ofrecer cualquier información con la necesidad de informar adecuadamente a la opinión pública. Ni sesgar las noticias ni hacernos partícipes del sensacionalismo crematístico. El periodismo amarillo es un problema de infracarga de información valiosa. Ésta es sustituida por información carente de interés público y en muchos casos se trata de información tóxica o información basura. Pero la toxicidad conlleva consecuencias no solo para las víctimas sino también para todos los que forman parte del proceso comunicativo, es decir, para los periodistas y los receptores de la información. En la novela del Nobel Heinrich Böll, *El honor perdido de Katharina Blum*, se narra cómo el sensacionalismo puede destrozarse la reputación y la vida de las personas. Böll presenta el ficticio periódico *Zeitung*, inspirado en el diario sensacionalista *Bild-Zeitung* (el “tabloide” más vendido de Europa) y las trágicas consecuencias de acorralar a personas inocentes con una cruel difamación.⁷

3.2. El imperativo categórico.

Kant aconseja actuar de acuerdo con normas aceptadas por todo el mundo. Lo que es correcto para uno es correcto para todos. En periodismo, nuestro imperativo categórico es decir la verdad. Tenemos que contar lo sucedido desde la honestidad de quien ha contrastado las fuentes de información y desea informar a los ciudadanos con noticias de interés público.

⁷ BÖLL, H., *El honor perdido de Katharina Blum*, Barcelona, Seix Barral, 2010.

En enero de 2014 falleció Alister McAlpine. El político tory siempre será recordado en el mundo periodístico porque fue erróneamente acusado de pederastia por la BBC. Un falso escándalo y un falso delito mancillaron la reputación del antiguo tesorero del Partido Conservador británico y asesor de Margaret Thatcher. El caso forzó la dimisión del director general de la BBC, George Entwistle, por la emisión de los infundios en el programa de televisión *Newsnight*. Alister McAlpine fue indemnizado pero no se reparó el daño que se le provocó. Sus abogados consiguieron que los titulares de un millar de cuentas de Twitter, y quienes rebotaron la falsa información, fueran acusados de libelo y tuvieran que pagar la cantidad simbólica de cinco libras.

He empleado deliberadamente la palabra honestidad y no objetividad. Los periodistas somos sujetos, y estamos limitados por nuestros propios sentidos y percepciones. Los actuales mundos “matrix” nos recuerdan el idealismo radical de Platón. Los periodistas debemos estar atentos para no convertir el medio en el fin. No es de extrañar, por tanto, la recuperación en el siglo XXI de las aportaciones del determinismo tecnológico del canadiense Marshall McLuhan.

3.3. Principio de utilidad.

Si las noticias son de interés público, como acabamos de citar al hablar del imperativo categórico, estamos subrayando otro principio ético: el principio de utilidad, es decir, pretender el mayor beneficio para el mayor número de personas. El pensamiento utilitario lo desarrollaron, en el siglo XIX, los filósofos Jeremy Bentham y John Stuart Mill. Si seguimos sus consejos, podemos evaluar las opciones éticas calculando las consecuencias que derivan de cada opción y elegir la alternativa que consigue lo mejor y/o evita lo peor. Sobre la ética de la responsabilidad volveremos más adelante.

Los directores de los periódicos que publicaron las informaciones de Wikileaks tuvieron muy presente el principio de utilidad. Después de las aproximaciones a los conceptos de información, comunicación y conocimiento en páginas precedentes, me gustaría subrayar la necesidad del ejercicio profesional del periodismo. No solo es importante poseer la información, también es preciso saber comunicarla al público y transformarla en periodística. Con conocimiento, la opinión pública puede cambiar el curso de futuros sucesos.

El principio de utilidad puede ayudarnos a responder a las siguientes cuestiones ¿debe involucrarse un periodista para intentar salvar una vida? o ¿el trabajo periodístico se debe limitar a observar la realidad y transmitirla? La opción ética tiene que calcular las consecuencias y elegir la alternativa que evita lo peor. Sobre el papel la respuesta es fácil pero la realidad nos reta continuamente. Las mismas preguntas se le plantearon a Kevin Carter, ¿podría haber salvado una vida?, ¿hizo bien limitándose a retratar la realidad? Ganó el premio Pulitzer con una fotografía captada, en marzo 1993, en un campo de refugiados de Sudán. La foto mostraba a un buitre aguardando la muerte de una niña desnutrida. Carter vivió angustiado desde que hizo esa fotografía. Un año después se suicidó. Kevin Carter fue el primero en retratar una ejecución mediante el sistema del collar. No debió de ser fácil para él retratar siempre la muerte de los más desdichados y mantenerse aséptico ante el sufrimiento humano.

¿Podría haber evitado la muerte el fotógrafo R. Umar Abbasi, colaborador del periódico *New York Post*, en lugar de ocuparse de captar el momento en que un hombre se tira a las vías del metro? Puede que R. Umar Abbasi, aquel diciembre de 2012, no hubiera podido salvarle, pero su periódico si pudo evitar publicar la fotografía en primera página con el titular “Condenado”. Ni se evitó lo peor, ni se consiguió lo

mejor. No se tuvo en cuenta el principio de utilidad. Un inmoral ejercicio del periodismo se convirtió en noticia en todo el mundo.

3.4. El velo de la ignorancia.

El filósofo norteamericano John Rawls defiende que hay justicia cuando todos los individuos reciben el mismo trato. Nos remite al concepto de equidad. El velo de la ignorancia de Rawls sugiere que el individuo debe actuar para proteger a los miembros más vulnerables y débiles de la sociedad. ¿Sucede esto cuando, por ejemplo, se da una relación de simbiosis entre periodistas y políticos o entre periodistas y banqueros? Estas simbiosis ensombrecen el contrapoder del periodismo.

En la crisis de las escuchas del periódico *News of the World*, la periodista Rebekah Brooks, mano derecha del magnate Rupert Murdoch, recibió los consejos de Tony Blair. Éste le aconsejó que organizara una investigación similar a la que él puso en marcha para lograr ser exonerado por la participación de Gran Bretaña, bajo su mandato como primer ministro, en la guerra de Irak. Con esta investigación Blair también zanjó la polémica con la BBC después del fallecimiento de un asesor del Ministerio de Defensa. La unión de periodistas y políticos conforma una relación muy peligrosa y poco profesional. El escándalo de las escuchas de *News of the World* se saldó con su desaparición pero dejó en entredicho la profesionalidad de los periodistas. En periodismo no todo vale.

3.5. Principio de autodeterminación.

No se debe tratar a las personas para un fin. El fin no justifica los medios y éstos nunca deben ser los individuos. No está de más recordar a nuestros universitarios el mandato que tienen que seguir.

A la pregunta que le hacen sobre cuál es el primero de los mandamientos, Jesús responde: «El primero es: “Escucha Israel, el Señor, nuestro Dios, es el único Señor, y amarás al Señor tu Dios con todo tu corazón, con toda tu alma, con toda tu mente y con todas tus fuerzas”. El segundo es: “Amarás a tu prójimo como a ti mismo”. No existe otro mandamiento mayor que éstos» (Mc 12, 29-31). ¿Es necesario seguir recordando estos mandamientos? ¿Los precisa un buen periodista? La respuesta es, en estos momentos, un rotundo sí.

Las filtraciones interesadas por parte de las fuentes, las que conocemos como *fuentes dispuestas*, conllevan en muchas ocasiones la puesta en marcha de los juegos periodísticos. Estos juegos se basan en las necesidades y debilidades de un sujeto víctima. Los periodistas podemos ser tanto víctimas como verdugos. En ambos casos, el juego se desarrolla instrumentalizando a la persona para lograr un pago psicológico, satisfacer el ansia de venganza, el rencor, la envidia, etc. valiéndose de los medios de comunicación.

3.6. Artificios en el periodismo.

Los juegos en la profesión periodística están íntimamente relacionados con el principio de autodeterminación.

Los juegos como artificios de la profesión son maniobras con doblez, operaciones llevadas a cabo para disimular su verdadero objetivo.

La mayoría de los juegos son inmorales porque se aprovechan de las necesidades y debilidades de otra persona. Subrayemos el concepto de necesidad porque va unido al de gratificación. Veremos, a continuación, cómo estos artificios proyectan, ahondan y sistematizan las gratificaciones estudiadas por E. Katz, Jay G. Blumler y M. Gurevitch.

Todo juego tiene su antítesis. Nosotros, como profesores de periodismo, tenemos que facilitar a los universitarios los conocimientos que les ayuden a dar con la antítesis de los juegos que ponen en marcha personajes empeñados en maniobrar con los medios de comunicación. Al mismo tiempo, hemos de advertirles que no es ético que seamos los profesionales de la comunicación quienes activemos estos juegos, maniobras o artificios para conseguir nuestros intereses personales o cubrir la insatisfacción de nuestras necesidades.

En el periodismo podemos distinguir tres grandes clases de juegos, aquellos que buscan satisfacer necesidades de reconocimiento e incidentes; juegos que buscan satisfacer necesidades de seguridad y, en tercer lugar, los juegos de poder.

Los juegos que satisfacen necesidades de reconocimiento y de incidentes se ponen en marcha buscando la periodista como portavoz de quejas. En este grupo hallamos desde “*¿No es horrible?*”, “*¿Por qué tenía que sucederme esto a mí?*” o “*Policías y ladrones*”. Son juegos cuyos protagonistas utilizan a los medios de comunicación para sus manifestaciones de victimismo sin que tengan ninguna intención de solucionar los problemas que exponen. El periodista Charles Tatum de *El Gran Carnaval* (Billy Wilder, 1951) representa muy bien al periodista de este tipo de juego. Para él, las malas noticias son mejores, porque las buenas no son noticia. Los profesionales de la comunicación tienen que negarse a ser “enlaces” cuando quienes activan el juego de “*Policías y ladrones*” comenten sus fechorías con el objetivo último de ser protagonistas de las noticias. El director David Fincher, en *Zodiac* (2007) recupera una historia real de un famoso asesino en serie que aterrorizó a los EE.UU. con sus crímenes. Este asesino jugó con los periodistas enviándoles mensajes cifrados para su publicación. De nuevo nos encontramos con los dilemas a los que tuvieron que

enfrentarse los profesionales de diario *San Francisco Chronicle*. Son retos a los que los periodistas de hoy también tenemos que dar respuesta.

En el segundo gran grupo se hallan los juegos que buscan satisfacer necesidades de seguridad. Aquí podemos destacar “*Sala de audiencia*”, “*Indigencia*”, “*Pata de palo*”, “*¿Por qué no? –Sí, pero ...*” y “*Si no fuera por los periodistas*”. Un ejemplo mundialmente conocido de “*Sala de audiencia*” fue la manipulación mediática de la princesa Diana de Gales con la manifestación pública, en una cadena de televisión, de su relación matrimonial y la infidelidad de su marido. Muchos programas de medios audiovisuales crean formatos judiciales para dictar sentencia televisiva. No importa si el veredicto es justo, lo que interesa es que se cree espectáculo y aumenten las audiencias.

El último grupo lo configuran juegos que buscan satisfacer el ansia de poder y que esconden necesidades de reconocimiento. Aquí se encuadran juegos como “*Acorralar*”, “*Dejemos que tú y él peleéis*”, “*Les demostraré*”, “*Defecto*”, “*Ahora ya te tengo*” y “*Jerga técnica*”. Es fácil saber cuando un periodista activa, por ejemplo en una entrevista, el artificio de acorralar. El periodista busca ser la estrella del programa en lugar del personaje. El periodista sitia al entrevistado para mostrarle como vencido ante la audiencia. A los medios de comunicación les encanta la maniobra de “*Dejemos que tú y él peleéis*”. Funciona muy bien en televisión por los componentes dinámicos, visuales y dramáticos que conlleva este juego. Cuando los debates televisados pasan de las ideas a los ataques personales, y el periodista fomenta esas intervenciones, las maniobras periodísticas entran en el terreno de lo inmoral. Si hablamos del juego de poder “*Les demostraré*” es inevitable citar la película *Ciudadano Kane* (Orson Welles, 1941) sobre la vida del magnate Randolph Hearst. El film, construido desde la indagación del periodismo de investigación, subraya cómo el alter ego del magnate, Charles Foster Kane, se pasó su vida siempre demostrando algo a los demás. Sus

acciones, aunque destructivas, tenían su origen en el rencor y en la pérdida de una infancia feliz. Construyó palacios mientras destruía vidas, incitaba a la guerra desde sus periódicos, contribuyó al periodismo más amarillista. Hoy, el palacio de Hearst sirve de escenario al último video clip de la extravagante cantante Lady Gaga.

Del periodismo amarillo del pasado siglo podemos pasar al periodismo sensacionalista actual cuando jugamos al “*Defecto*”. Los periodistas activan este juego cuando buscan el defecto de una persona, su pecado, para poder cometer todo tipo de tropelías profesionales que se justifican por la tacha del personaje. Si usted, personaje público, tiene aspectos íntimos que podemos desvelar, aunque no sean de interés público, hagámoslo, porque con la destrucción de la imagen pública de políticos, artistas, empresarios, etc. se sacia la curiosidad humana y se aumentan las tiradas y los índices de audiencia. Este juego podemos encontrarlo reiteradamente en la magnífica serie inglesa *House of Cards*, cuya versión norteamericana se emitió el 2013. El personaje maquiavélico de Francis Underwood no dudará en “usar” a los medios de comunicación y a los profesionales, en concreto a una ambiciosa periodista, para hundir a sus enemigos políticos. ¿Qué buscaba con las escuchas ilegales el dominical *News of the World* de Rupert Murdoch? El tabloide buscaba airear la vida privada de políticos y famosos. El entrenador de la selección inglesa de fútbol, Suen Goran Erikssón, por ejemplo, tuvo el teléfono pinchado durante cuatro años. Los periodistas hicieron uso de esa información, obtenida ilegítimamente, para acabar con su imagen pública y forzar su dimisión tras dar a conocer escándalos relacionados con su vida privada. El periódico por estas revelaciones fue galardonado con un premio periodístico en Gran Bretaña.⁸

⁸ Sobre los juegos en la profesión periodística y la política: VALBUENA DE LA FUENTE, F. “Juegos y maniobras en el periodismo” en *Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 1, Madrid, Universidad Complutense, 1995, pp. 13-40 y DEL REY MORATÓ, J., *Los juegos de los políticos. Teoría General de la Información y Comunicación Política*, Madrid, Tecnos, 1997.

3.7. Las éticas de Weber.

La lectura de los juegos de la profesión periodística, basados en las aportaciones de Eric Berne, nos recuerda los dos tipos de éticas sobre las que escribe Max Weber. Podemos encontrar numerosos ejemplos en los medios de comunicación. En su obra *El político y el científico* podemos leer lo siguiente: “toda acción éticamente orientada puede ajustarse a dos máximas fundamentalmente distintas entre sí e irremediabilmente opuestas: puede orientarse conforme a la “ética de la convicción” o conforme a la “ética de la responsabilidad ... Cuando las consecuencias de una acción realizada conforme a una ética de la convicción son malas, quien la ejecutó no se siente responsable de ellas, sino que responsabiliza al mundo, a la estupidez de los hombres o a la voluntad del hombre que los hizo así. Quien actúa conforme a una ética de la responsabilidad, por el contrario, toma en cuenta todos los defectos del hombre medio”⁹ En la película *Ausencia de Malicia* (Sydney Pollack, 1981) se nos muestra cómo una supuesta ética de la convicción conlleva nefastas y trágicas consecuencias para una de las fuentes. También un inocente será víctima del juego que inician el ayudante del fiscal y una periodista. Ésta se ampara en el supuesto de una ausencia de malicia para publicar una noticia sin contrastar. El deber de publicar se olvida de las consecuencias y prescinde de una ética de la responsabilidad, pero ¿qué sucede si por salvaguardar determinadas informaciones dejamos de ejercer nuestro deber de informar y el derecho del ciudadano a ser informado? ¿Qué motiva a un periodista ante un dilema? Las ideas que presentaré a continuación nos ayudarán a responder.

⁹ WEBER, M., *El político y el científico*, Madrid, Alianza Editorial, 1984, 8ª edición, pp. 163-164.

4. DECISIONES ÉTICAS EN EL PERIODISMO. LA TEORÍA PROFESIONAL.

Para abordar cómo tienen que decidir éticamente los comunicadores, contamos con las aportaciones de la teoría profesional.

Si hablamos de decisiones éticas, la primera cuestión que tenemos que plantearnos es si el periodismo tiene algún noble propósito. En palabras de Bill Kovach y Tom Rosenstiel, “el propósito del periodismo consiste en proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo”¹⁰ Estos periodistas y estudiosos de la comunicación social subrayan que el periodismo tiene que ser fiel a una serie de principios. Son los siguientes:

- “1. La primera obligación del periodismo es la verdad.
2. Debe lealtad ante todos los ciudadanos.
3. Su esencia es la disciplina de la verificación.
4. Debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa.
5. Debe ejercer un control independiente del poder.
6. Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario.
7. Debe esforzarse por que el significativo sea sugerente y relevante.
8. Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas.
9. Debe respetar la conciencia individual de sus profesionales.”¹¹

¹⁰ KOVACH, B., y ROSENSTIEL, T., *Los elementos del periodismo*, Madrid, Santillana, 2003, p. 18.

¹¹ KOVACH, B y ROSENSTIEL, T., Op. cit., p. 18.

¿Cuáles son los motivos por los que los periodistas deciden ante los retos y dilemas que se les plantean? Singletary, Susan Caudill, E. Caudill y H. Allen White investigaron los motivos que llevan a los periodistas a decidir éticamente.¹² Estos motivos los clasificaron de acuerdo a las etapas de desarrollo moral estudiadas por Lawrence Kohlberg.¹³

4.1. En la **primera etapa** están los periodistas que no conocen ni desean conocer los códigos éticos. Su actuación trata de evitar las medidas punitivas y sanciones del medio para el que trabajan. Un ejemplo nos los proporciona el periodista Stephen Glass y sus reportajes para *The New Republic* con fuentes inventadas. La historia de Glass fue llevada al cine con el título *El precio de la verdad*. Para la revista norteamericana supuso no solo el descredito de su periodista sino el desprestigio del medio.

Janet Cook, periodista del diario *The Washington Post*, debió devolver el Premio Pulitzer tras admitir que toda la historia premiada había sido inventada por ella. También Cook se encontraba en esta primera etapa.

Jayson Blair llegó más lejos. Después de ser expulsado del prestigioso *The New York Times*, Blair publicó el libro *Burning Down My Master's House* donde en ningún momento muestra arrepentimiento por haber mentado, y ni vergüenza por continuar ganando dinero exhibiendo su falta de ética profesional.¹⁴

4.2. En la **segunda etapa** encontramos a los profesionales de la comunicación que cuidan de sus propios intereses. Es la etapa que Kohlberg denominó del “hedonismo egoísta” A la hora de resolver un dilema ético calculan cómo puede afectar

¹² SINGLETARY, M., CAUDILL, S., CAUDILL, E. y WHITE, A., “Motives for Ethical Decision-Making” en *Journalis&Mass Communication Quarterly*, 1990, 67:964 en <http://jmq.sagepub.com/content/67/4/964>, 6 de febrero de 2014.

¹³ KOHLBERG, L., *The Philosophy of Moral Development. Moral Stages and the Idea of Justice*. San Francisco, CA: Harper & Row Pubs, 1981.

¹⁴ BLAIR, J., *Burning Down My Master's House*, Beverly Hills, CA 90210, New Millennium Entertainment, 2004.

éste a su carrera o progreso dentro de la profesión. El periodista Chuck Tatum de la película *El Gran Carnaval* (Billy Wilder, 1951) es buen ejemplo de esta actitud. Su director, Billy Wilder, conocía bien las miserias de la profesión periodística y volcó, en el citado film, todas sus experiencias de reportero en el Berlín prebélico. El protagonista, Chuck Tatum, no duda en alargar el sufrimiento de una persona atrapada en una cueva si con ello consigue la exclusiva que le conduzca a los grandes rotativos de Nueva York. “Los principios éticos de *sindéresis* o capacidad para juzgar rectamente el acto humano; el bien hay que hacerlo, el mal hay que evitarlo; y el fin no justifica los medios, son negados a lo largo del film con el comportamiento cínico del periodista Chuck Tatum, interpretado por un magnífico Kirk Douglas”¹⁵

En mi artículo “Periodismo y deontología en el cine de Billy Wilder”¹⁶ mencionaba *El reportero profesional* de los norteamericanos Stanley Johnson y Julian Harris.¹⁷ En este libro clásico del periodismo, los autores nos presentan veintidós reglas que podemos encontrar en múltiples códigos deontológicos. Son las siguientes:

1. El periódico debe conservarse dentro de los límites de la decencia.
2. El periódico debe informar y no tratar de “hacer” noticias.
3. El periódico debe presentar la verdad, toda la verdad.
4. El periódico no tiene el privilegio de entremeterse en la vida privada de una persona.
5. El periódico debe “jugar limpio” con las personas que cita en sus columnas.
6. El periódico debe conservar la confianza de sus fuentes informativas.

¹⁵ PINTO, M.R., “Periodismo y Deontología en el cine de Billy Wilder” en *Estudios de Periodística II*, Barcelona, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya y SEP, 1994, pp. 127-130.

¹⁶ *Ibid.*, p. 129.

¹⁷ STANLET, P.J. and HARRIS, J., *The Complete Reporter*, New York, The Macmillan Company, 1962.

7. El periódico no debe suprimir noticias que deben ofrecerse al público.
8. El periódico no debe “vender” sus columnas informativas por dinero o atenciones.
9. El periódico debe evitar la política en sus columnas informativas.
10. El periódico debe servir a toda la sociedad y no solamente a una clase.
11. El periódico debe luchar contra el crimen y no estimularlo.
12. El periódico debe respetar y ayudar a la ley y los tribunales.
13. El periódico debe exaltar el prestigio de la comunidad.
14. El periódico no debe injuriar a los parientes y amigos de una persona acusada.
15. El periódico debe reconocer el divorcio como un lamentable problema social.
16. El periódico debe reconocer el suicidio como un lamentable problema social.
17. El periódico no debe desatar ataques contra los periódicos competidores.
18. El periódico no debe ridiculizar al demente.
19. El periódico debe respetar las creencias religiosas, la nacionalidad y las razas.
20. La página deportiva está escrita para todos.
21. El periódico debe mantenerse dispuesto a corregir errores.

22. El periódico debe recordar que las noticias son leídas por adolescentes.¹⁸

Han pasado más de cincuenta años desde que Stanley y Harris publicaran estas reglas de honor pero el tiempo transcurrido ha hecho que adquieran más valor, y no solo para el periódico, sino para todos los medios de comunicación incluidos los medios digitales.

4.3. En la **tercera etapa** se halla el periodista que responde a los dilemas éticos según quieren sus jefes o colegas. El comunicador no desea conflictos con la empresa y prefiere que la decisión le venga dada. Deja en manos de los *gatekeeper* la toma de decisiones. No se responsabiliza de su trabajo, delega en otros su deber como profesional.

4.4. Aquellos que consideran que el periodismo tiene que ejercer de contrapoder y contribuir al mantenimiento del sistema democrático se encuentran en la **cuarta etapa**. Son periodistas que quieren informar a la opinión pública y desean que los receptores dispongan de la mejor información para ser ciudadanos críticos con las instituciones y sus gobernantes. El periodista entiende, cuando se encuentra en este estadio, que cumple con su obligación de servir a la sociedad.

4.5. En la **quinta etapa**, el periodista se guía buscando el bien y los derechos del mayor número de ciudadanos y presta especial atención a los más débiles y vulnerables, a aquellos que tienen más dificultades para convertirse en fuentes privilegiadas en contacto con los medios de comunicación. Aquí el profesional del periodismo aprehende los principios fundamentales de la profesión, los hace suyos y los pone al servicio de los más desfavorecidos.

¹⁸ “¿En verdad se aplican códigos éticos en el periodismo?” en <http://es.catholic.net/santoral/articulo.php?id=31768>, 10 de febrero de 2014.

4.6. Será en la **sexta etapa** cuando el periodista se comprometa con principios morales universales y es la ética y/o sus creencias religiosas las que le guían en los dilemas y retos que diariamente se le plantean.

¿Hasta qué etapa queremos que lleguen nuestros alumnos? Si deseamos que su vida profesional se desarrolle en la última etapa, será preciso que, al menos, nuestros universitarios sean conscientes de dónde parten y a dónde quieren llegar. Las preguntas tienen que formularlas en sus años de estudio en la universidad y es aquí, y en este ámbito ético, donde debemos distinguirnos de otros centros de educación superior. Tenemos que educar a periodistas *necesariamente* buenos. Recuerdo lo que G.K. Chesterton escribió en una ocasión –según cuentan Thomas Cathcart y Daniel Klein– “La palabra *bueno* tienen varios significados. Por ejemplo, si un hombre le dispara a su madre desde una distancia de quinientos metros, cabría decir que es un buen tirador, pero no necesariamente buena persona” Y Cathcart y Klein apostillan: “El calificativo *necesariamente* es lo que nos muestra que Chesterton poseía una mente realmente filosófica”¹⁹

Las facultades católicas tenemos que preparar a los mejores profesionales para que sean buenas personas. Lo primero, preparar a los mejores profesionales no nos diferenciará de otras instituciones de calidad; lo segundo, para que sean buenas personas, nos definirá y nos hará excelsas universidades católicas.

Retomo en este momento un interrogante que deje abierto en el anterior apartado: ¿qué motiva a un periodista ante un dilema ético? Tal y como indica Valbuena de la Fuente, White y Pearce descubrieron que las motivaciones intrínsecas eran mucho más importantes que las extrínsecas a la hora de decidir éticamente. “Más aún están

¹⁹ CATHCART, T. y KLEIN, D., *Platón y un ornitorrinco entran en un bar ...*, Barcelona, Planeta, 2009, p.93.

convencidos de que los Cursos de Ética pueden lograr que los estudiantes ajusten sus mecanismo de decisiones éticas, sus motivaciones internas hasta niveles muy altos”²⁰ White y Pearce llevaron a cabo un experimento recreando una situación y planteando la siguiente pregunta: ¿qué vamos a hacer si nos encontramos casualmente con las notas escritas de un periodista rival? Se podía elegir entre las siguientes opciones:

1. No leer ni emplear las notas del colega rival y devolver éstas.
2. Mirar las notas para averiguar quiénes son sus fuentes.
3. Destruir las notas encontradas para que el colega pierda su información.
5. Leer todas las notas.

6. Copiar toda la información y servirse de ella para escribir la historia antes que el otro colega.²¹

Este ejercicio puede aplicarse a nuestros futuros periodistas. Las respuestas que nos ofrecen permiten ahondar en la importancia de la deontología en el periodismo.

El periodista Henry Hackett optará por la segunda opción en la película *Detrás de la noticia* (Ron Howard, 1994) Aquí volvemos a los dilemas éticos que se nos plantean en el ejercicio diario de la profesión, no en vano, el film nos muestra las 24 horas de la vida de un periodista. En este ejemplo, Hackett está tratando de evitar que su periódico, el sensacionalista *The New York Sun*, vuelva a repetir el mantra de que la realidad no estropee una buena noticia aunque sea falsa pero ¿robando la información al periódico rival? Así responde el periodista norteamericano Jon Katz: “Creo que es necesario situar tu trabajo en un contexto moral si quieres que tenga algún sentido.

²⁰ VALBUENA DE LA FUENTE, F., *Teoría General de la Información*, Madrid, Noesis, 1997, p. 130.

²¹ VALBUENA DE LA FUENTE, F., Op. Cit., p. 130.

Hagas lo que hagas, tienes que hacerlo de un modo que te resulte moralmente satisfactorio”²² Katz además nos ha facilitado una visión muy crítica y especializada de los medios de comunicación y la era de la digitalización.²³

Las palabras de Katz nos recuerdan que los periodistas tienen una obligación con su conciencia personal. “Todo periodista, desde el que se sienta en la redacción al que lo hace en la sala de juntas, debe tener un sentido personal de la ética y la responsabilidad, una brújula moral”²⁴

5. CONCLUSIÓN

Dos son las principales conclusiones a las que podemos llegar.

Si queremos que las universidades católicas se distingan y diferencien en su formación de las mejores universidades en el ámbito de la comunicación, tenemos que enseñar la dimensión ética de la profesión periodística. Los estudiantes de periodismo deben ejercer la profesión sabiendo que

5.1. Es periodista quien aplica el principio del punto medio, la verdad como imperativo categórico, el principio de utilidad, la equidad informativa y el principio de autodeterminación y

5.2. Es periodista quien tiene como meta y alcanza la sexta etapa del desarrollo moral. En ésta, el periodista se compromete con los principios morales universales y sus creencias católicas. Ellas son las guías en los dilemas y retos del ejercicio profesional.

“Creo que para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos

²² KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T., Op. cit., 253.

²³ KATZ, J., *Virtuous Reality*, Nueva York, Random House, 1997.

²⁴ KOVACH, B y ROSENSTIEL, T., Op.cit., 249.

periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento, en parte de su destino.”²⁵ Son palabras del periodista Ryszard Kapuscinski.

Solo de nosotros, profesores, alumnos de las facultades de Comunicación y periodistas, depende que formemos parte del destino de cada ser humano. Esta es nuestra verdadera misión.

6. BIBLIOGRAFÍA

. BENITO, A. (Compilador) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, 1991.

. BLAIR, J., *Burning Down My Master's House*, Beverly Hills, CA 90210, New Millennium Entertainment, 2004.

. BÖLL, H., *El honor perdido de Katharina Blum*, Barcelona, Seix Barral, 2010.

. BILBENY, N., *La revolución de la ética. Hábitos y creencias en la sociedad digital*, Barcelona, Anagrama, 1997.

. CATHCART, T. y KLEIN, D., *Platón y un ornitorrinco entran en un bar ...*, Barcelona, Planeta, 2009.

. DEL REY MORATÓ, J., *Los juegos de los políticos. Teoría General de la Información y Comunicación Política*, Madrid, Tecnos, 1997.

²⁵ KAPUSCINSKI, R., *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo.*, Barcelona, Anagrama, 2002, p. 38.

. DOMINICK, J., *La Dinámica de la Comunicación*, México, McGraw-Hill, sexta edición, 2001.

. “¿En verdad se aplican códigos éticos en el periodismo?” en <http://es.catholic.net/santoral/articulo.php?id=31768>, 10 de febrero de 2014.

. FRAIJÓ, M., “¿Vivir sin ética, vivir sin religión?” en *El País*, 8 de febrero de 2014, p. 33.

GITLIN, T., *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*, Barcelona, Paidós, 2005.

. GLEICK, J., *La información. Historia y Realidad*, Barcelona, Crítica, 2012.

. GUTIERREZ. O., “No se puede privatizar el periodismo ético” en *El País*, 1 de octubre de 2013, p. 56.

. KAPUSCINSKI, R., *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo.*, Barcelona, Anagrama, 2002.

. KATZ, J., *Virtuous Reality*, Nueva York, Random House, 1997.

. KOHLBERG, L., *The Philosophy of Moral Development. Moral Stages and the Idea of Justice*. San Francisco, CA: Harper & Row Pubs, 1981.

. KOVACH, B., y ROSENSTIEL, T., *Los elementos del periodismo*, Madrid, Santillana, 2003.

. LUYENDIJK, J., *Hello everybody*, Madrid, Península, 2013.

. PINTO, M.R., “Periodismo y Deontología en el cine de Billy Wilder” en *Estudios de Periodística II*, Barcelona, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya y SEP, 1994, pp. 127-130.

. SINGLETARY, M., CAUDILL, S., CAUDILL, E. y WHITE, A., “Motives for Ethical Decision-Making” en *Journalis & Mass Communication Quarterly*, 1990, 67:964 en <http://jmq.sagepub.com/content/67/4/964>, 6 de febrero de 2014.

. STANLET, P.J. and HARRIS, J., *The Complete Reporter*, New York, The Macmillan Company, 1962.

. VALBUENA DE LA FUENTE, F., *Teoría General de la Información*, Madrid, Noesis, 1997.

. VALBUENA DE LA FUENTE, F. “Juegos y maniobras en el periodismo” en *Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 1, Madrid, Universidad Complutense, 1995, pp. 13-40.

. WEBER, M., *El político y el científico*, Madrid, Alianza Editorial, 8ª edición, 1984.