

Consideraciones sobre la práctica profesional de los periodistas

por Tomás Linn

E l a u t o r

*Periodista, columnista de
Búsqueda, profesor en la
Universidad Católica del
Uruguay.*

LA ACTIVIDAD PERIODISTICA plantea en su cumplimiento problemas que le son propios.

Dichos problemas no son más importantes que los de cualquier otra profesión

ni merecen una atención particularmente especial. Son simplemente sus problemas y como tales deben ser encarados.

Por lo general, esas cuestiones se vinculan a la ética, tanto profesional como personal. Pero ninguna de ellas puede ser desvinculada del espacio esencial que necesita el periodismo para desarrollarse, la libertad, y del destinatario final de su tarea, el público.

Muchos intentos reguladores y autorreguladores, justificados por necesidades éticas, son meras excusas para controlar la indispensable libertad que necesita el periodista y solo pretenden afectar el cúmulo de información disponible para el público. Ejercer el periodismo en libertad y para el público implica una convivencia necesariamente conflictiva entre el periodista que busca noticias y los protagonistas que las generan, provengan del poder político, del quehacer económico o de los ambientes culturales y deportivos. Esos protagonistas, como tales y como fuentes, visualizan el mundo desde sus peculiares y legítimos intereses y procurarán ejercer presión a su favor. Legítima como es, esa presión necesariamente afectará la tarea del periodismo.

A veces el periodista cree que su misión es embanderarse con las grandes causas y desde ellas contar "su verdad" para promover la paz y educar a los pueblos. Esto no es así. La misión del periodismo es informar. En una sociedad

abierta y democrática, es otorgarle al ciudadano los elementos y datos que le permitan sacar conclusiones según sus propios valores, vigilar a sus gobernantes y asumir sus responsabilidades. Quien promueve la paz, quien estimula la educación y procura una mejor calidad de vida es el ciudadano, no el periodista. La tarea periodística es informar, y si el periodismo asumiera como suya una función que no le es propia, estaría incidiendo sesgadamente en los debates que debe procesar esa sociedad y se estaría alejando de su función específica... con lo cual contradiría su propia ética profesional.

Los periodistas no siempre tienen claro estos puntos (el de la libertad y el de la lealtad al público), y cuando confunden sus prioridades en la práctica profesional se tornan aún más vulnerables a las muchas y complejas presiones de que suelen ser objeto.

Hay una pugna permanente entre el intento del periodista por hacer lo que corresponde y la presión de terceros para impedir que lo haga. Eso lo obliga a recorrer arduos y sinuosos caminos para llegar al objetivo final, la noticia, y a optar por estrategias (a veces de dudosa apariencia) para lograr ese objetivo y ser fiel al público. En ese constante dilema vive todo periodista. Día a día enfrenta las peores encrucijadas y caso por caso resuelve como si fuera la primera vez, tan profundas son las diferencias entre una situación y otra.

La libertad como punto de partida

La existencia de tantos dilemas plantea una pregunta inevitable: en algún lado debe haber límites, ¿dónde están? Si fuera posible responderla, habría que establecer un punto de partida imprescindible para entender el espacio sobre el cual se mueve el periodista y donde se le plantearán todos los problemas de su práctica profesional.

Y ese punto de partida es la libertad, primero, antes que nada. La libertad tal cual es: sin relativizarla y sin adjetivarla. Una libertad desprovista de recortes y atenuantes. No puede haber un punto de partida donde esa libertad tenga *peros*. Por eso, no estoy hablando de cosas tales como "la libertad responsable", "la libertad en función social", "la libertad solidaria", "la libertad participativa". Hablo de la libertad, sin más.

Para quien ejerce el periodismo y para todo sistema político que cree en la necesidad de una prensa libre, esta noción de libertad es el principio número uno. Incluso, todo juicio respecto a las buenas y malas realizaciones del periodismo debe hacerse sobre esa aceptación de la libertad. El precio para corregir las disfunciones, los errores y desaciertos del periodismo jamás debe ser el de reducir, regular o controlar ese espacio de libertad. A la hora de comenzar a corregir torpezas del mal periodismo, los intentos reguladores

suelen parecer adecuados, pero no tienen retorno y se sabe bien en qué terminan.

La vida exige muchas veces transar, ceder y negociar. Y eso ocurre también en el cumplimiento de la tarea periodística. Aun así es importante comprender que tales concesiones solo se hacen en función de los mejores intereses del periodismo y para servir mejor al público. Siempre habrá quienes prediquen sobre lo moral o lo inmoral del periodismo, pero lo harán desde su óptica y sus intereses —legítimos sin duda—, que no necesariamente coincidirán con los del periodista.

El trabajo periodístico, valga la paradoja, no siempre tiene “buena prensa”. Muchos lo vinculan al incorregible curioso que mete las narices donde no le importa para saber lo que ocurre. Eso presupone algo intrínsecamente feo, sucio y perverso en la tarea de informar. Pero como contrapartida, el ciudadano necesita conocer lo que ocurre para tomar sus decisiones y es el periodista quien le facilita esa información. Como resultado, al periodista se lo enjuicia según esos dos niveles aparentemente contradictorios: el chismoso y el que al informar hace un aporte cívico a su sociedad. Y cada uno le adjudicará uno de los dos comportamientos según su conveniencia.

El periodista vive esa dualidad como un dilema propio de su profesión y sabe que las respuestas éticas surgen en la evaluación de cada caso. Esa tensión es parte de su vida. No puede servir a dos señores, aunque muchos intenten confundirlo. Se vincula diariamente con los protagonistas, pero se debe esencialmente a su público, al que prácticamente no conoce.

Informar duele, lastima y perjudica. Los afectados levantan su voz y reclaman poner coto a tanto abuso, a tantos “excesos de libertad”. ¿Pero quién juzga? ¿Quién limita? ¿Quién recorta la libertad de un periodista, en ese resbaladizo terreno donde el inescrupuloso chismoso puede ser el mismo que informa al ciudadano?

De ahí la necesidad de ser riguroso e independiente ante las mil y una formas sutiles usadas para romper esa independencia. El dilema se vuelve aún más complicado en un país, como Uruguay, que no se caracteriza por practicar un periodismo riguroso ni muy independiente. Tampoco es un periodismo consciente de su misión de servicio; esto es, priorizar su lealtad al público y tener claro que se debe a él y no al poder o sus fuentes.

Esa falta de rigor y la confusa noción que tiene de su responsabilidad para con el público, puede confundir al periodista respecto a dónde están algunos de los nudos de su profesión. En consecuencia, suele ser dócil ante la presión de los grupos de poder o de sus propias fuentes; paga un alto precio por el “amiguismo” (no puede negarse a hacer favores y “gauchadas” a sus fuentes); asume la culpa que otros le trasladan por difundir hechos que realmente

ocurrieron; pacta los nocivos *pools* informativos donde unos se cubren a otros; cae prisionero de los conflictos que plantea el doble empleo en áreas similares o en medios competitivos, donde no está claro si la primicia va para el diario donde se trabaja de mañana o para el noticiero donde se trabaja de noche. Para ninguno de estos problemas hay respuestas dogmáticas. Cada ocasión plantea un dilema y cada dilema busca su respuesta (distinta en cada caso). No existen recetas predeterminadas, excepto las de atenerse a una visión profesional rigurosa, intelectualmente honesta e independiente, para afrontar cada caso con sabiduría y flexibilidad.

La independencia, la credibilidad y la veracidad

Las dificultades para desempeñar esta profesión tienen larga historia. Una vez encontré esta elocuente frase de Theophraste Renandot, cuando fundó la *Gazette de France* que dirigía el cardenal Richelieu:

"En un aspecto no cederé ante nadie —en mi esfuerzo por conseguir la verdad. Al mismo tiempo, no siempre puedo garantizarlo. Estoy convencido que entre los 500 despachos escritos con premura desde todos los países, es imposible que algo escape, urgidos por el padre Tiempo".

Ya entonces tenía claro su objetivo y cuáles eran los obstáculos.

Hace un siglo atrás, el periodismo norteamericano comenzó a moldear el principio de independencia que hoy todo buen periodismo pretende emular. Adolph Ochs, fundador del *New York Times*, dijo en 1896 que había que *"dar la información imparcialmente, sin favores o temores, más allá de cualquier partido, secta o interés involucrado"*. Si hoy implica un esfuerzo cotidiano mantener tales principios, aceptados universalmente (al menos en la retórica), más difícil fue decirlos en un tiempo donde se suponía que la prensa debía ser una tribuna de doctrina y lucha. Joseph Pulitzer escribió en 1907, para el primer número de su *Saint Louis Post Dispatch*, una suerte de juramento donde establecía que su diario:

"...siempre luchará por el progreso y la reforma, nunca tolerará la injusticia y la corrupción, siempre combatirá a los demagogos de todos los partidos, nunca pertenecerá a un partido, siempre se opondrá a las clases privilegiadas, nunca le faltará simpatía para con los pobres, siempre será fiel al bienestar público, nunca se satisfará con meramente imprimir las noticias, siempre será drásticamente independiente, nunca temerá atacar el mal, ya sea la plutocracia o la pobreza".

Pese a su típico tono populista, Pulitzer establece ya algunas cosas claras: su misión informativa es a favor del público; su tarea es ser la contracara

de toda forma de poder. Por esa vía, asienta una primera enunciación de independencia periodística.

Dice *El País* de Madrid, en su *Manual de estilo*:

"El País se esfuerza por presentar diariamente una información veraz, completa, posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y formarse su propio criterio".

Y agrega:

"El País rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores cuya salvaguarda constituye la razón última del trabajo profesional. La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí" (el subrayado es mío).

Declarativamente, esto define al buen periodismo no partidario. Justamente porque tantos condicionantes atentan contra este principio es que se hace necesario reiterarlo. Como si su permanente enunciación fuera una forma de arraigarlo.

Al periodista se le exige que entienda de política, economía, ciencia, derecho, religión, medicina, arte, educación o geografía, como si fuera un experto en cada cosa y capaz de sintetizarlo en un noticiero de apenas 30 minutos o en un periódico de 40 páginas. Asume en el curso de un noticiero el rol de testigo, narrador, vigilante y defensor del interés público. Un estudioso norteamericano de temas periodísticos dijo que *"si la política es el arte de lo posible, el periodismo es el arte de lo imposible, hecho todos los días"*. O como cuentan que solía decir Carlos Manini Ríos cuando era director de *La Mañana*: *"El periodista debe explicar en forma clara, sencilla y entendible cosas que ni él mismo entiende"*.

El periodista dice servir al interés público y asegura que el público tiene derecho a saber lo que ocurre. Pero sentado ante su mesa de trabajo, urgido por el cierre de la edición y el escaso espacio de que dispone, es él quien decide qué cosas son noticia, determina qué cosas le interesan al público, elige lo que ese público tiene derecho a saber, juzga cuál es el buen gusto y la sensibilidad de los demás.

Determinar lo que es noticia es ya todo un problema. ¿Noticia es lo que normalmente ocurre y merece ser destacado? Cuando una crónica policial narra que un joven alcohólico violó a una chica, ¿eso quiere decir que todos los jóvenes violan, que todos los jóvenes son alcohólicos o que todos los alcohólicos violan? Pese a las implicancias que muchos puritanos y cultores del *political correctness*

creen encontrar en este tipo de presentación de las noticias, es justamente su excepcionalidad lo que la hace válida y lícita. Los criterios puritanos obligarían a redactar un copete impublicable como este: "Mientras 1500 estudiantes asistían normalmente a sus clases en el liceo, un estudiante entró al escritorio de su director y lo mató". Si es verdad que la vida misma es desequilibrio y conflicto, aceptemos que la noticia también lo es.

Conceptos complejos como veracidad, credibilidad y verdad forman parte del delicado tramado que hace a la profesión. La independencia de un medio está ligada a la credibilidad que le otorga el público. Esa credibilidad no implica que su información sea veraz, sino simplemente que la gente cree en ella. Y que una información sea veraz tampoco significa que sea verdadera. El periodista puede cumplir con todos los requisitos, citar fuentes con fidelidad, recoger datos de las partes involucradas, y no necesariamente decir la verdad. Es difícil manejar bien tales conceptos. Más aún, juzgarlos.

Los controles, la regulación y la autorregulación

El periodista debe informar en libertad sin caer en el libelo, la difamación o la calumnia (todos estos penados por la ley). Pero se presume que tampoco puede violar otras pautas, no punibles y de escurridiza definición, tales como los valores morales aceptados por una sociedad o los criterios dominantes del "buen gusto". Por lo general acata estos convencionalismos en la medida que sabe que el público al que se dirige no aceptaría otra cosa, pero no deja de sentir la compulsión a deslizarse más allá de estos límites y por cierto no desea que ellos se expresen formalmente y por escrito. No quiere consejos de prensa ni códigos de ética. Después de todo, ¿quién determina que las cuestiones de "mal gusto" lo son para todo el mundo o, lo que es más grave, atentan contra la ética?

Cada región del mundo ha ido conformando una tradición reguladora (o contraria a ella) según sus pautas y su evolución. Existe, por ejemplo, una visión norteamericana de visualizar la responsabilidad periodística y su libertad. Para ellos es mala cosa que haya formas de control, por más laxas que sean. Su tradición antirregulatoria se origina en la primera enmienda de su Constitución, donde se consagra el principio de una libertad de expresión absoluta, que impide la elaboración de leyes que la limiten. La contundencia es tal que los norteamericanos han sido reacios a toda forma reguladora. Ni siquiera son afines a códigos de conducta ética coercitivos, y sus asociaciones de editores apenas si establecen "declaraciones de principios" que equivalen a pautas generales de tipo ético pero no pasan de ser un recordatorio de corrección y rigor profesional.

Los problemas de libelo, de difamación o de injuria se resuelven a través de sus leyes comunes. Dado que la Constitución prohíbe leyes de prensa,

entienden que los delitos mencionados **se cometen a través de la prensa pero no son delitos de prensa**. Esta idea contraria a toda forma de regulación está muy arraigada en Estados Unidos y se ha ido extendiendo a países de tradición liberal. Me apresuro a señalar que la comparto plenamente.

Como consecuencia de esa desconfianza visceral a toda regulación, los norteamericanos han sido atentos estudiosos de los problemas éticos y del rigor profesional. Han investigado casos de posibles violaciones éticas (como violaciones a un "trabajo bien hecho") sin por ello erigirse en jueces. La Universidad de Columbia —que tiene una reconocida Escuela de Periodismo— edita una revista donde analiza y estudia casos concretos, sin por ello proponer normas coercitivas ni abogar por leyes regulatorias.

Existe asimismo una tradición pautada por los europeos, que si bien se afilia a la misma corriente liberal de Estados Unidos, suele ser más severa a la hora de establecer algunos límites. Los ingleses tienen un Consejo de Prensa que discute cuestiones vinculadas a la ética profesional y analiza casos concretos. Los suecos tienen el Ombudsman, una figura neutra e independiente que hace de tribunal de alzada para interceder por el lector ante el medio.

Poco a poco, varios medios europeos, y eventualmente algunos diarios norteamericanos, incluyeron esta institución como un intermediario creíble entre el público y el periódico. Se trata de un funcionario de la empresa que canaliza los reclamos de sus lectores y les da (o no) la razón según cada caso. Los códigos de ética de estos países suelen pautar un funcionamiento profesional correcto, pero su aplicación es muy relativa. En Europa, la llamada "prensa amarilla" tiene un desarrollo muy fuerte y la propia prensa seria resiste los embates oficiales para regularla. Más allá de una inclinación fiscalizadora mayor que la de Estados Unidos, hay un espacio para la prensa amarilla, la crónica roja, la prensa del corazón, el periodismo frívolo, siempre y cuando estén bien hechos. La mayor susceptibilidad ética se refiere a los casos de violación de la intimidad de las personas, especialmente si no son figuras públicas.

Por último, en una calificación algo arbitraria, existe otro tipo de tradición, propia de los países del antiguamente llamado Tercer Mundo. Si bien algunos de estos países (africanos, asiáticos o latinoamericanos) recogen la tradición liberal de Occidente, allí predomina un sesgo "intervencionista".

En los países con regímenes militares y dictatoriales existe censura; muchos medios son de propiedad estatal; se aplican normas regulatorias y se controla a los profesionales. En otros lugares, el peso de sus religiones (como es el caso del Islam) o la idea de defender "la identidad cultural" se traducen en férreos controles sobre los medios, sin que esto sea mal visto por periodistas ni público.

América Latina (aun en aquellos países donde hay libertad) tiende a

inclinarse hacia la corriente reguladora. No ve mal el peso del Estado en la actividad de los medios. Algunos países tienen leyes de prensa o estatutos del periodista. Admiten e incentivan los colegios de periodistas o aplican códigos de ética. Uruguay cuenta con una severa ley de prensa pero no tiene colegio de periodistas. El gremio de los periodistas (APU) no actúa como colegio y ningún periodista está obligado a colegializarse para trabajar. Las empresas pueden contratar libremente a sus periodistas. La posibilidad de concretar la colegialización surge recurrentemente, pero es una idea resistida por aquellos periodistas que entienden que sería una limitación severa al trabajo, en una profesión que se apoya en el principio de la libertad de expresión.

Tampoco hay un código de ética en Uruguay. Si bien esta idea surge cada tanto, no parece haber interés en ella. Muchos periodistas se resisten a la existencia de un código por las razones ya expuestas: lo consideran una pauta reguladora y entienden que nadie puede juzgar a terceros en una materia que concierne a la libertad de expresión, aun cuando se hicieran cosas que ellos no harían.

Cuando en julio de 1990 se planteó una discusión sobre la cobertura policial que hacían los medios (especialmente los informativos televisados), el entonces asesor presidencial Antonio Mercader propuso hacer "convenios de autorregulación" y defendió la creación de "Comisiones o Consejos de comunicación sin poder coercitivo, pero con fuerza moral", a los que definió como "mecanismos privados y democráticos que permiten llamar a responsabilidad a los medios de comunicación". Dijo además que el gobierno debía "ser una parte más del diálogo". Que un asesor presidencial propusiera formas atenuadas de censura era un asunto en sí mismo grave.

En una columna de *Búsqueda* del 5 de julio de ese año, Daniel Gianelli analizó el tema:

"La idea de que esos Consejos o Comisiones, aun sin intervención estatal, actúen cual juez de fútbol mostrando tarjetas amarillas a medios o periodistas por su comportamiento profesional, por la supuesta violación de normas éticas, es un concepto peligroso que nos introduce en un terreno resbaladizo, que hace marchar a los medios y a los periodistas por un camino que se sabe dónde comienza pero no dónde termina".

Defendió la sensata tesis de que fuera la propia gente la que decidiera "a qué medios castiga o premia por sus coberturas, comprando o dejando de comprarlos".

La clara negativa de muchos periodistas a aceptar códigos autorreguladores o a admitir modalidades de contralor que formalicen sutiles censuras expresa temores legítimos. Es preferible asumir los riesgos de una profesión mal ejercida por algunos irresponsables, que aplicar formas de control y limitaciones

al trabajo por mínimas que sean. Los daños siempre serán menores.

Solo el "exceso de libertad" puede transformarse en el más auténtico regulador, y solo el público, al hacer sus opciones, es quien determina si castiga o no la mala práctica. Pretender que el público tenga protectores y defensores del buen gusto es un grave desprecio.

El periodismo, un fin en sí mismo

El periodismo es un fin en sí mismo. Es una profesión que importa como tal, pese a que muchos la usen como un atajo para lograr otros fines y objetivos.

Todavía hay quienes se inician en esta actividad como excusa para lograr otras metas. Sin embargo, es fundamental asimilar la idea de que el periodismo tiene su finalidad propia, que exige deberes y brinda satisfacciones como tal; que no es un camino para llegar a otros objetivos supuestamente más altos, sino que importa por lo que es: una vocación y una pasión al servicio de terceros. No es la vía para acceder al protagonismo político, social, cultural: *son funciones diferentes movidas por intereses diferentes, muchas veces opuestos.*

No desconozco el derecho a dejar de ser periodista y elegir otra ocupación si alguien cree que erró de vocación. Pero esa desvinculación debe quedar clara. Sí me irrita que la profesión sea usada con la alevosa intención de alcanzar metas ulteriores, porque entiendo que es una manera de subestimar y de afectar la imprescindible relación de credibilidad que debe haber entre el público y el periodista. Esto vale también para el columnista que opina y analiza la realidad como periodista y desde intereses diferentes de los de un político (que usa un espacio periodístico para escribir con sentido proselitista) o de los de un artista que escribe sobre arte.

Un diario "provincial", el *Milwaukee Journal* de Estados Unidos, suspendió a dos periodistas como forma de sancionarlos: a uno por participar en una manifestación político-partidaria y al otro por incorporar disimuladamente en una nota, un material que era propaganda política en favor de un amigo suyo, candidato a un cargo público. Con la sanción, los editores marcaban una pauta de independencia y credibilidad para su diario que no pretendía ser tribuna doctrinaria o espacio para los "amigos", sino un servicio al público.

Existe toda una tradición en Estados Unidos, tanto de sus diarios sobrios como de la prensa popular, en reforzar el principio de la prensa como servicio, trazada por editores como Pulitzer, Luce, Hearst, los Ochs y los Chandler. En Europa ocurre lo mismo, especialmente después de la Segunda Guerra, con periódicos como *The Times*, *The Guardian* y *The Economist* en Inglaterra, *Le Figaro*, *Le Monde* y *Liberation* en Francia, o como *El País* de España, *La Repubblica* de Italia y *Der Spiegel* de Alemania.

Esa tradición no es tan clara en América Latina ni en Uruguay, donde muchos políticos influyeron desde el periodismo. Personalidades como Julio María Sanguinetti, Washington Beltrán, Manuel Flores Mora, Manuel Flores Silva, han sido simultáneamente buenas plumas y conocidos políticos. Hubo casos como el de Carlos Quijano, quien decepcionado por su juvenil pasaje por lo política se transformó en editor y editorialista del semanario *Marcha*, que él mismo fundó y que con su impronta influyó sobre el país durante cuatro décadas. En 1971, sin embargo, Quijano volvió a apostar por lo político al fundar y adherir al Frente Amplio.

Esto no quiere decir que en otros países todo haya sido planteado con impecable principismo profesional. Grandes periodistas americanos (especialmente a comienzos de siglo) sintieron un tironeo "activista". Walter Lippmann, prestigioso columnista, fue asesor, negociador y *speechwriter* de políticos y gobernantes durante su juventud. Como columnista endosó o cuestionó candidatos y plataformas, aunque nunca lo hizo como proselitismo partidario y menos para promoverse a sí mismo como candidato, sino como columnista que opinaba y analizaba.

Phillip Graham, director del *Washington Post*, fue asesor del presidente Lyndon Johnson en el Senado (antes de que fuera presidente) y trabajó indisimuladamente por Kennedy. A su muerte, su viuda Katherine (la propietaria del diario por herencia) extremó los criterios de independencia para un medio que, entre otras cosas, fue pionero en la cobertura del caso Watergate.

En Francia, pese a su notoria independencia, Raymond Aron tomó partido desde sus columnas en cuestiones políticas. Pero nunca lo hizo por disciplina ni proselitismo partidario, sino como parte del sesgo personal que tenían sus columnas.

En definitiva Aron y Lippmann fueron columnistas y no reporteros. Su activismo, al igual que el de Quijano, fue una forma "alternativa", independiente, sin pertenencia partidaria, de hacer política. Lo cual significó un cambio cualitativo respecto a aquel periodismo de tribuna del siglo pasado, aunque tampoco llegaba a ser la columna de opinión moderna, con peso propio pero más periodística y muy alejada de ser una forma "alternativa" de acción política.

En Uruguay subsiste cierto desprecio y desconfianza hacia quien alienta una visión rigurosamente profesional del periodismo. Sin embargo, medios como *Búsqueda* son abanderados de la creencia de que el periodismo es un fin en sí mismo y así lo han establecido públicamente. La asunción de un anterior director a un cargo público implicó su renuncia a la Dirección y a su pertenencia al Consejo Editorial, en cumplimiento de un acuerdo existente entre sus fundadores. Esta prédica es bien vista por sus lectores pero no tan imitada por el resto de la prensa. Con diferencias a veces notorias, algunos medios surgidos

recientemente han seguido este camino; es el caso de *El Observador*.

El periodismo no solo se usa como trampolín para la política. En este país de abogados, muchos costean su carrera trabajando como periodistas en la esperanza de transformar su red de fuentes en red de vínculos profesionales. Hay actores y directores que escriben de teatro en los diarios y alimentan la existencia de las "roscas culturales". Hay músicos que escriben sobre música y hay comentaristas de música que hacen música, con lo cual terminan trabajando para sus amigos y defendiendo (o al menos intentando no perjudicar) los intereses de terceros.

El periodista, como ciudadano, es libre de hacer sus opciones, pero ellas son su asunto privado y no deben interferir en su trabajo. Un diario norteamericano sancionó a una periodista por participar como militante en una marcha feminista; argumentó que si se sentía involucrada con una causa, no podía informar sobre ella libremente. Muchos editores aseguran no querer intervenir en los derechos civiles de sus periodistas y reconocen que como ciudadanos pueden participar en una campaña política, pero les recuerdan que se deben a su público y que su profesión los ubica en una posición privilegiada; por lo tanto, sus adhesiones no deben ser asumidas públicamente.

La lealtad esencial es hacia el público

Una vez asimilada la idea de profesionalidad, el periodista debe enfrentar la otra cara de ese concepto: su relación con el público. Todo lo que un periodista hace, lo hace para y por el público: sus lectores o su audiencia.

Obvio como parece, este es un concepto que debe ser reiterado una y otra vez. El periodista tiene naturalmente una relación muy fluida con los protagonistas y los ídolos populares, con los famosos y los poderosos. Los tutea, coincide socialmente con ellos en cenas y recepciones, los llama a sus casas, los invita a un café o a un almuerzo, conoce sus confidencias. Pero **si bien son el objeto de su trabajo, no son el destinatario**. Con ellos tiene el contacto físico y el contacto diario, pero el resultado del trabajo va dirigido a personas más lejanas y desconocidas: las que conforman el llamado "público".

Los protagonistas y los famosos comentarán, elogiarán o criticarán las notas de los periodistas. Serán las primeras referencias y los medidores de los efectos de la tarea periodística. Pero un periodista no escribe ni sale al aire para mero regodeo de unos pocos. Es peligroso entrar en esa red de pequeñas lealtades que terminan afectando la credibilidad del periodista. La comunicación es mucho más masiva y más anónima y escapa al pequeño círculo con el cual el periodista se codea a diario. Cada medio diseña las características de su periodismo, según el público al que pretende llegar, y el periodista le es leal no

en un sentido "demagógico" (de halagarlo) sino en su intención de ofrecerle un servicio.

La lealtad al público está unida a la idea ya abordada de la credibilidad. La credibilidad es una relación de confianza entre el periodista y su público. Esta relación es frágil y no se consolida de un día para otro. El lector o la audiencia acepta por bueno y verdadero lo que se le informa porque está convencido de su confianza. Basta un desengaño para que esa relación se fracture y no se reconstruya más. Cuando el periodista cae en el "amiguismo", les hace favores a sus compañeros de "rosca", pretende espacios propios de protagonismo o se muestra sensible a las presiones (más allá de que estas se tornan insoportablemente molestas), subestima la inteligencia de su público y deteriora esa delicada relación de confianza.

La verdadera independencia no solo debe ser una bandera del medio, sino que debe construirse en las pequeñas independencias personales. Independencia de los propios pequeños intereses, de las implicancias menudas, de los cotidianos conflictos de intereses. Esas pequeñas ataduras no suelen ser tenidas en cuenta, pero afectan la credibilidad más que la violación de cualquier código de grandes principios. Esto importa mucho en una sociedad como la nuestra, donde todos se conocen y se involucran unos con otros.

Es el público quien otorga la credibilidad y, contrariamente a lo que muchos creen, a este no se lo puede tener engañado por mucho tiempo.

Cara y cruz del periodismo amarillo

Los genuinos estudiosos de una ética periodística sólida, los puritanos que desprecian el gusto y la sensibilidad diversa de la gente, los ansiosos por regularlo todo, enfrentan su mayor problema cuando encaran la práctica del periodismo "amarillo" o sensacionalista.

Ambas acepciones definen al periodismo que exagera los sentimientos del público. La sola definición ya implica una relativización y obliga a atenuar los prejuicios respecto a este tipo de periodismo. **Exacerba sentimientos**, lo cual indica que esos sentimientos ya están allí. Exacerbar, además, no es sinónimo de mentir. Por cierto, hay prensa amarilla que miente—también hay prensa seria que miente—, pero cuando se analiza este tipo de periodismo, el problema no es que se trate de un periodismo mentiroso sino de uno que, aun diciendo la verdad, exagera.

En 1990 el gobierno inglés cuestionó el rol de la prensa amarilla y planteó la necesidad de regularla. La revista *The Economist* (prestigiosa publicación semanal conocida por su extrema sobriedad, seriedad y credibilidad) salió en defensa de ese periodismo:

"Algunos de los diarios tabloide británicos son groseros, entrometidos y tienen escasa credibilidad. También son extremadamente populares, lo que sugiere que muchos británicos son groseros, entrometidos y que compran esos diarios como entretenimiento más que como fuente de información".

El sensacionalismo afecta las pautas normalmente aceptadas de la sensibilidad, de la educación, del "buen gusto", de la serenidad de juicio y de una determinada manera de entender la intimidad, el pudor y la privacidad de la gente. Asimismo, un tipo de amarillismo actúa como "agitador" político, otro presenta morbosamente la crónica policial y un tercer tipo se aboca a entrometerse en la vida privada de los ricos y famosos.

Hay diarios que valoran y titulan sus noticias con clara intención agitadora. Transforman episodios delicados en dinamita. Esos medios responden a un público que todas las mañanas necesita tomar su desayuno con una dosis de noticias políticas que lo hagan temblar por dentro, del mismo modo que otros lo hacen leyendo sobre las alzas en el mercado de valores. El espacio para ese tipo de periodismo está limitado por su propio público —menos numeroso de lo que suele creerse—. Los efectos de un periodismo sensacionalista en lo político son nulos en un sistema político sólido. Si ese tipo de periodismo efectivamente tuviera efectos nocivos, entonces algo está muy mal en el sistema y ahí la culpa no la tiene el diario sino la realidad.

No toda la crónica policial es amarilla, como suele creerse, y es bueno quebrar una lanza a favor de este género periodístico popular, leído por un amplio abanico de lectores que abarca todos los sectores sociales y todos los niveles intelectuales. Periodistas de fino oficio y sólida formación se han abocado a la crónica policial, pariente cercano de un prestigioso género literario como la novela policial. Diarios como *Clarín* de Buenos Aires o *El País* de Madrid se destacan por sus excelentes coberturas.

Existe además una forma exacerbada de cubrir la crónica policial y existe por último una forma torpe y grotesca de hacerlo. De esto último suele verse mucho y no tiene nada que ver ni con la buena crónica policial ni con la crónica amarilla. Más allá del juicio que merezca, hay sensacionalismo policial bien hecho y hay otro mal hecho. El consumidor del sensacionalismo policial es, además, perfectamente consciente de la escasa seriedad de esa información y la lee justamente porque quiere exacerbar su propio morbo con las exageradas desgracias ajenas.

Son también desmedidas las afirmaciones respecto a la psicosis que crean estas coberturas sensacionalistas. Difícilmente pueda comprobarse que la mayor difusión de crímenes, violaciones, robos y otras formas de delincuencia provoque un "contagio" o una multiplicación de tales hechos. Difícilmente,

además, pueda demostrarse que su no difusión (o su difusión recatada) reduzca en cantidad y gravedad estos hechos. Solo se lograría tener a la población desprevenida. Cuando no se informa al público por temor a contribuir con un clima delictivo, se logra que la gente se entere de los hechos por el rumor o por otras vías. A causa de una mal entendida responsabilidad, el medio pierde credibilidad, porque la gente sabe que no se la está informando, y el miedo crece.

Tampoco puede demostrarse que la crónica policial, tal cual se la presenta hoy, genere inseguridad desmedida respecto al nivel real de delincuencia. Nunca son los medios, sino los hechos, los que provocan miedo en la gente. Una determinada nota se cubre por su impacto y su excepcionalidad, **no por ser el reflejo estadístico** de lo que ocurre en un lugar. Aunque ningún diario lo informe, basta que la casa copada haya sido la del vecino para que uno crea que existe una oleada. No importa cuántos copamientos haya; basta uno para que la gente piense que pudo ser en su casa. Es esa sensación de vulnerabilidad y no el amarillismo de la prensa lo que impulsa a la gente a presionar por mayor vigilancia policial o más dureza penal.

El episodio del secuestro y muerte de un niño a manos de otros dos, ocurrido en Londres en 1993, se conoció en Montevideo no por los escandalosos diarios ingleses sino por los despachos de sobrias agencias noticiosas. La reacción de horror del público local fue igual a la del público londinense en cuanto a sus deseos de linchar a los agresores. Más allá del tratamiento bueno o malo, sensacionalista o sobrio de una noticia policial, lo horrible es el hecho. Afecta fibras muy sensibles de la población. En este caso, es el desamparo de un niño que minutos antes estaba con su madre en una suerte de Shopping Center, como tantos otros, adonde la gente lleva sus niños con absoluta tranquilidad. Los montevideanos sintieron, obviamente, la misma vulnerabilidad que los ingleses.

Contrariamente a lo que algunos creen, al público no se lo manipula ni se lo atemoriza con facilidad a través de los medios. Los miedos ya están. Y es necesario respetarlos, porque en definitiva, son nuestros miedos más profundos.

Quienes cuestionan la incidencia de la prensa amarilla sobre la opinión de la gente, prácticamente abogan por la no divulgación de tales hechos para evitar el miedo. Proponen la ignorancia, porque los hechos seguirán ocurriendo igual.

Otro aspecto del amarillismo es el referido a la vida privada de la gente, a la intromisión en la privacidad de los famosos y de los no famosos. Los criterios usados para esta práctica cambian según se trate de la privacidad de quienes son famosos o de quienes no lo son. En muchos países, más allá de lo que dispongan sus leyes, los jueces reafirman cada vez más el concepto de que la gente no debe ser molestada en su vida privada.

En el caso de figuras políticas, muchos ligan el conocimiento de las vidas

privadas de sus gobernantes a la posibilidad de una mejor elección. En el caso de los artistas, estos normalmente convierten sus vidas privadas en parte de su negocio. Sus relaciones sentimentales son usadas por ellos mismos para promoverse mejor ante sus públicos y mejorar su imagen. El lío se arma cuando las cosas salen mal. ¿Pero cómo puede enjuiciarse una cobertura periodística que se entromete en la vida íntima de un artista cuando la noticia es mala, si todo era válido cuando las noticias eran buenas?

Los periodistas norteamericanos entienden que investigar la vida privada de los políticos es una forma de ejercer vigilancia sobre los gobiernos. Hubo debilidades personales del presidente Nixon que se conocieron después de su caída en Watergate. Si el público hubiera conocido esas debilidades, habría contado con otros elementos de juicio a la hora de votarlo. Si un alcalde se va un fin de semana a escondidas con su secretaria no es un asunto que incumba al público. Si hay un incendio en la ciudad y nadie encuentra al alcalde, ¡vaya que incumbe!

En los años ochenta, el demócrata Gary Hart debió renunciar a su aspiración de ser candidato porque se le descubrió un *affaire*. Él había desafiado a la prensa a que le encontraran algo... y bueno, se lo encontraron. ¿Puritanismo? No; ocurre que en Estados Unidos los candidatos usan su imagen familiar para acrecentar su credibilidad política. Al desnudarlos, también queda al descubierto que los candidatos mienten y no son confiables. No solo les mienten a sus esposas sino que le mienten al público.

En 1992, la prensa reveló aspectos de la vida privada de Clinton. Los Clinton admitieron, sí, que su vida conyugal no había sido fácil y nadie pidió más cuentas. Al aceptar el hecho y reconocerlo, el público —que no es tan puritano— perdió su curiosidad.

La prensa amarilla británica se ha metido en la vida privada de la familia real. ¿Puede decirse que eso es una intromisión en la vida privada? Sí, lo es. Pero la monarquía británica tiene un alto valor simbólico como parte de la identidad nacional de su país y vive —al menos parcialmente— del erario público. La gente tiene derecho a saber si actúan según el decoro que esos cargos exigen. Más cuando todo ello ocurre con el dinero de los contribuyentes.

Los periodistas norteamericanos se resisten a que haya leyes que limiten sus derechos a informar sobre la vida privada de los grandes. Saben que en algún lugar deben poner los límites, pero no quieren que ninguna ley universalice normas: "cada caso es un caso".

La flexibilidad se reduce cuando se trata de intromisión en la vida privada de personas particulares que no han hecho nada notorio. Esta gente no es noticia nunca; nunca está bajo el juicio del público ni su rol tiene relevancia para ese público, por lo cual no debería haber motivos para involucrarla.

El editorial de *The Economist* ya citado, rechazaba las medidas que proponía el gobierno de Thatcher sobre la mala práctica periodística y cómo controlarla, por considerarlas una violación a la libertad de prensa, y las calificaba de medidas "erizantes". Solo aceptaba algunas sugerencias respecto a la privacidad de las personas, en los casos en que los periodistas violan la propiedad privada para acceder a la noticia y cuando afectan a gente común y anónima. Su editorial terminaba así:

"Las propuestas respecto a la privacidad de personas deberían proveer suficiente protección para la persona común, oprimida por la mala conducta periodística. Los ricos y los poderosos pueden continuar cuidándose por sí mismos. Gran Bretaña necesita más periodismo investigativo, no menos".

Los hechos públicos en ámbitos privados

Cubrir noticias implica que el periodista meta sus narices en lugares a los que no fue invitado. A mediados de 1992, a raíz de una información publicada por *Búsqueda* referida a dichos de Julio M. Sanguinetti, este obligó a un vocero a aclarar que el ex presidente no podía hacerse responsable de lo que un medio había puesto en boca suya. Al no poder desmentir lo dicho, descalificaba su publicación por no contar con autorización. El dirigente político —se aducía— había hablado en una reunión reservada. La reunión no era reservada, por cierto, ya que su realización había sido debidamente publicitada. Pero de todos modos, lo que un ex presidente y candidato dice y opina sobre el futuro del país nunca es reservado, no importa cuán secreto sea el ámbito donde se expresa.

Trasladar la culpa al medio por hechos ciertos pero cuyos efectos se conocieron solo después de publicados, es una práctica común. Es más fácil que cargue con la culpa el mensajero y no el mensaje. Se atribuye a los medios la intención de espiar, de meterse en lugares a donde no fueron invitados. **Se olvida que toda reunión política es pública.** Que el público, todo el público y no meramente los lúcidos militantes de una facción, tiene derecho a saber lo que efectivamente harán con el país los gobernantes, más allá de su retórica electoral. Toda discusión política concierne al público. En los ámbitos reservados se discuten estrategias y pautas que gobiernos actuales o futuros pretenden aplicar. Hay un derecho innegable de la gente a acceder a esa información, más allá de que los dirigentes pretendan, naturalmente, mantenerla en reserva.

El año pasado, durante una conferencia brindada por un periodista norteamericano en un local de la ORT, un joven político cuestionó la falta de ética

en los periodistas que se inmiscuían en reuniones políticas. El periodista respondió con un lacónico consejo: "close your doors" (cierre sus puertas). Sostuvo que tales reuniones no eran un asunto privado, en tanto allí se discutían temas que hacen al funcionamiento de un país, y por lo tanto había información a la que el público tenía derecho a acceder. Aceptó como natural esa disputa entre unos por cuidar la reserva y otros por quebrarla, y que en esa disputa algunos ganaran y otros perdieran, pero aseguró que esa puja no se refería a ninguna concepción ética de la profesión periodística sino al talento del periodista para obtener la información o a la sagacidad del político para retenerla.

Uruguay no necesita ni leyes de prensa, ni códigos de ética, ni consejos de prensa que vigilen y castiguen "la mala práctica". Esas medidas siempre se transforman en una vigilancia para el periodismo y en un castigo al propio público. Necesita, sí, discutir y exponer sus puntos de vista respecto a un periodismo riguroso, profesional y creíble. Y para eso, siempre, será imprescindible la mayor libertad posible.

Resumen

Los problemas cotidianos que se le plantean al periodista suelen involucrar la ética profesional y personal. En un espacio de libertad sin restricciones, el rigor profesional y la lealtad al público son las referencias para el ejercicio de todo buen periodismo. Con este punto de partida, Tomás Linn analiza algunos problemas propios de la práctica periodística: la profesión en sí misma, la relación con los destinatarios y con los protagonistas de la noticia, la credibilidad y la independencia. Con el espejo de otras tradiciones —especialmente la estadounidense y las europeas—, el artículo se detiene en dos asuntos: los intentos de control y regulación de la actividad periodística y el discutido fenómeno del periodismo amarillo. En cuanto al primero, advierte que la regulación suele perjudicar al público y a la profesión más que beneficiarlos; afirma que solo la libertad, con el marco de la ley común, es un genuino regulador, y que el consumidor oficia de juez cuando hace sus opciones. Respecto al estilo escandaloso de ciertas prácticas periodísticas, relativiza la importancia que algunos le otorgan, especialmente el efecto que tienen sobre el público.